

ISLAMIC SOCIAL REPORT:
**DITINJAU DARI ASPEK *CORPORATE GOVERNANCE STRENGTH*,
MEDIA EXPOSURE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN
BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

DISERTASI

**Oleh :
BAYU TRI CAHYA
NIM: 93314050520**

**PROGRAM STUDI
S-3 EKONOMI SYARIAH**



**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

PERSETUJUAN

Disertasi berjudul ” **ISLAMIC SOCIAL REPORT: DITINJAU DARI ASPEK CORPORATE GOVERNANCE STRENGTH, MEDIA EXPOSURE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**” atas nama Bayu Tri Cahya , NIM 93314050520 Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor) Program Doktor (S3), Program Pasca Sarjana UIN Sumatera Utara Medan, pada hari Rabu tanggal 23 Agustus 2017.

Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi gelar Doktor (Dr.) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Medan, 28 Agustus 2017
Panitia Sidang Ujian Akhir Disertasi
Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan

Ketua

Prof. Dr. Syukur Kholil MA.
NIP. 19640209 198903 1 003

Sekretaris

Dr. Achyar Zein M.Ag.
NIP 19670216 199703 1 001

Anggota

1. Prof. Dr. Amiur Nuruddin MA.
NIP 19510811 198101 1 005

2. Dr. Arfan Ikhsan M.Si.
NIP 19790128 200312 1 002

3. Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution
NIP 19500518 197703 1 001

4. Dr. Muslim Marpaung M.Si.
NIP. 19640726 199103 1 008

5. Dr. Saparuddin Siregar SE. Ak, SAS, M.Ag, MA, CA.
NIP 19630718 200112 1 001

Mengetahui
Direktur Pascasarjana UIN SU

Prof. Dr. Syukur Kholil MA.
NIP 19640209 198903 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Bayu Tri Cahya**
Nim : 93314050520 / EKSYA
Tempat/ Tgl. Lahir : Surakarta, 21 Maret 1985
Pekerjaan : Dosen STAIN KUDUS
Alamat : Jl . Mawar 2 No 1 Ngringo, Jaten, Karanganyar
Jawa Tengah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang berjudul

“ISLAMIC SOCIAL REPORT: DITINJAU DARI ASPEK CORPORATE GOVERNANCE STRENGTH, MEDIA EXPOSURE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN” adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan itu menjadi tanggungjawab saya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 8 Mei 2017

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Bayu Tri Cahya', with a horizontal line and an arrow pointing to the right at the end.

Bayu Tri Cahya

ABSTRAK



Nama : Bayu Tri Cahya

NIM : 93314050520 / EKSYA

Judul : *ISLAMIC SOCIAL REPORTING: DITINJAU DARI ASPEK CORPORATE GOVERNANCE STRENGTH, MEDIA EXPOSURE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*

Islamic social reporting adalah pelaporan sosial yang tidak hanya melibatkan harapan secara holistik dari masyarakat mengenai peran perusahaannya tetapi juga pada perspektif spiritual. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh kekuatan tata kelola perusahaan, paparan media, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap sejauh mana pengungkapan *islamic social reporting* dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Untuk mengukur tingkat *islamic social reporting*, digunakan *checklist* yang telah dikembangkan berdasarkan peraturan terkait dan penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dari perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* pada tahun 2012-2015. Ada 67 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan tata kelola perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pelaporan *islamic social report*. Namun ukuran perusahaan memiliki signifikansi negatif dan paparan media tidak berpengaruh signifikan terhadap laporan sosial Islam. Sementara, ISR mampu memediasi hubungan antara kekuatan tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *islamic social reporting*, perusahaan berbasis syariah, *jakarta islamic index*

ABSTRAC

N a m a : Bayu Tri Cahya
N I M : 93314050520 / EKSya
Judul : *ISLAMIC SOCIAL REPORTING: IN PERSPECTIVE OF CORPORATE GOVERNANCE STRENGTH, MEDIA EXPOSURE AND SYAR'I BASED COMPANY CHARACTERISTIC ASPECTS IN INDONESIA AND THE IMPACT TO FIRM VALUE.*

Islamic social reporting is a social reporting that involves not only a holistic expectation of the society regarding the role of companies in the community but also on spiritual perspective. This study is aimed to obtain empirical evidence about the influence of corporate governance strength, media exposure, company size, and profitability to the extent of Islamic social reporting and its impact on firm value. To measure the extent of Islamic social reporting, used a checklist that has been developed based on related rules and previous research. This study employed purposive sampling method from companies listed in Jakarta Islamic Index (JII) in 2012-2015. There were 67 companies which fulfilled criterion as the research samples and data analysis was performed with Generalized Structured Component Analysis (GeSCA). GeSCA analysis is one of the Structural Equation Modeling (SEM) based component (Component Based SEM). The results of this study showed that corporate governance strength and profitability has positive significance to influence the extent of Islamic social reporting. But company size has negative significance and media exposure has no significant influence on the Islamic social reporting. Whilst, ISR is able to mediating the relationship between corporate governance strength, size of company and profit to firm value.

Keywords: *Islamic social reporting, Indonesian syariah companies, Jakarta Islamic Index*

الملخص

الاسم : بايو تري چاهيا
رقم دفتر القيد : 93314050520 / الإقتصاد الشريعة
العنوان : التقرير الاجتماعي الإسلامي: استعراض جوانب المتعلقة بسلطة إدارة الشركة، والتعرض من الوسائل الإعلام، وخصائص الشركات بالأساس الشريعة في إندونيسيا، وأثرها علي قيمه الشركة

التقرير الاجتماعي الإسلامي هو الإبلاغ الاجتماعي الذي لا ينطوي علي آمال المجتمع المحلي حول أدوار الشركة فحسب ولكن أيضا ينطوي علي المنظور الروحي. هدفت هذه الدراسة للحصول علي أدلة تجريبية عن أثر سلطة إدارة الشركة، والتعرض من الوسائل الإعلام، وحجم الشركة، والربحية الشركات علي مدى اكتشاف عن التقرير الاجتماعي الإسلامي وأثرها علي قيمة الشركة. ولقياس مستوي التقرير الاجتماعي الإسلامي، أستخدمت قائمة مرجعية إستنادا إلى التطوير من الأنظمة ذات الصلة والبحوث السابقة. أستخدم في هذه الدراسة أسلوب العينات المستهدفة من الشركات المسجلة في المؤشرة الإسلامية جاكرتا عام 2012-2015. هناك 67 الشركات التي تستوفي المعايير كعينات البحث. وأظهرت نتائج الدراسة أن سلطة إدارة الشركات والربحية الشركات تؤثر إيجابيا على مستوي التقرير الاجتماعي الإسلامي غير أن حجم الشركة لديها أهمية سلبية والتعرض لوسائل الإعلام ليس لها أي تأثير على التقرير الاجتماعي الإسلامي. وفي الوقت نفسه، فإن التقرير الاجتماعي الإسلامي قادر علي التوسط بين سلطة إداره الشركة، وحجم الشركة وربحيه علي قيمة الشركة.

الكلمات المفتاحية: التقرير الاجتماعي الإسلامي، الشركات بالأساس الشريعة، المؤشرة الإسلامية جاكرتا

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil‘alamin, Puji syukur kepada Allah SWT., kiranya dengan keizinan-Nya penulis dapat menyelesaikan disertasi ini, kepada-Nya penulis memohonkan agar kita senantiasa mendapat hidayah, lindungan, berkah dan ridha-Nya. Salawat beriring salam kepada yang mulia Rasulullah Muhammad SAW., semoga penulis termasuk umat yang dapat meneladani beliau untuk dapat beramal saleh dan mencapai derajat taqwa.

Penelitian ini disusun penulis melengkapi tugas untuk memperoleh gelar Doktor pada Program Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S3) , Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan, dengan judul disertasi : ***“ISLAMIC SOCIAL REPORTING: DITINJAU DARI ASPEK CORPORATE GOVERNANCE STRENGTH, MEDIA EXPOSURE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN BERBASIS SYARIAH DI INDONESIA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”***. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Disertasi ini ini bukan hasil dari jerih payah sendiri, akan tetapi banyak pihak yang telah membantu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya Disertasi ini. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag, selaku Rektor UIN SU.
2. Bapak Prof. Dr. Syukur Kholil, MA., selaku Direktur Program Pasca Sarjana UIN SU
3. Bapak Dr. Akhyar Zein, selaku Wakil Direktur Program Pasca Sarjana UIN SU.
4. Ibu Dr. Sri Sudarti, MA. selaku Ketua Program Studi Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S3), Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan.
5. Bapak Dr. Pangeran Harahap, MA., selaku sekretaris Program Studi Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S3), Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan.

6. Bapak Prof. Dr. Amiur Nuruddin MA, selaku promotor yang banyak memberikan arahan, bimbingan dan dorongan pemikiran hingga disertasi ini selesai.
7. Bapak Dr. Arfan Ikhsan MSi., selaku co-promotor yang telah memberikan waktu dan segala kemudahan serta kesabaran mengarahkan dalam penyusunan disertasi.
8. Bapak Dr. Muslim Marpaung., selaku penguji eksternal yang telah menguji dan memberikan saran yang cukup membangun dalam menghasilkan karya disertasi yang berkualitas.
9. Bapak Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution Dr. Saparuddin Siregar SE. Ak, SAS, M.Ag, MA, CA., ibu Dr. Isnaini Harahap MA., dan Dr. Akhyar Zein selaku penguji pada waktu seminar hasil ataupun pada saat ujian tertutup serta terbuka. Terimakasih atas saran dan kritik yang diberikan untuk perbaikan dan kesempurnaan disertasi ini.
10. Bapak / Ibu Dosen UIN SU yang banyak memberikan ilmu dan motivasi selama masa perkuliahan di, Bapak Prof. Ramli Abdul W. MA, Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution, Prof. Dr. Ahmad Qarib, MA. MA., Bapak Dr. M. Yusuf Harahap, M.Si., Bapak Dr. Dede Ruslan, M.Si., Bapak Dr. Rifki Ismal, Dr. Nasirwan, SE. M.Si. dan yang tak dapat disebutkan satu persatu.
11. Seluruh Staf Pengajar dan Pegawai pada Program Studi Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S3) , Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan yang banyak membantu semasa perkuliahan.
12. Ketua STAIN Kudus Bapak Dr. Fathul Mufid, serta seluruh Wakil Ketua atas kesempatan, arahan, bimbingan dan bantuan sehingga penulis dapat mengikuti program dan menyelesaikan disertasi ini.
13. Prof. Djoko Suhardjanto, M.Com (Hons)., Ph.D.,Ak beserta komunitas akademis nya (DJs Community) yang selalu memberi ruang diskusi riset dan akademik serta tali persaudaraan yang begitu erat.

14. Bapak/ibu guru yang pernah mendidik penulis mulai dari SD Negeri Ngaru-Aru 2 (1991-1992), SD Negeri 7 Ngringo (1992-1997) , SMP Negeri 5 Surakarta (1997 – 2000), SMU Muhammadiyah 1 Surakarta (2000-2003 dan bimbingan studi yang tak dapat disebutkan satu persatu.
15. Bapak/ibu Dosen yang pernah mendidik pada waktu S1 Fak. Ekonomi Jurusan Akuntansi Univ. Muhammadiyah Surakarta (2003-2007) dan S2 Magister Akuntansi UNS (2007-2009) dan bimbingan studi yang tak dapat disebutkan satu persatu.
16. Seluruh Staf Pengajar dan Pegawai STAIN Kudus secara umum dan khususnya Staf Pengajar dan Pegawai Jurusan Ekonomi Syariah-Akuntansi Syariah.
17. Dr. Fatchan Achyani dan Pak Wahyono M.A. CA, terima kasih atas inspirasi yang telah bapak berikan semasa kuliah, sesungguhnya hal itu membuat penulis terus berjuang untuk mencapai hasil yang terbaik.
18. Bapak Drs. Poso Harahap S.Ag. beserta keluarga, selaku Keluarga (Binjai) penulis selama menempuh studi program Doktor. Keluarga yang luar biasa menerima, mendampingi dengan berbagai masukan membangun, mengingatkan untuk senantiasa bersyukur dan berusaha keras serta cerdas dalam studi. Hal ini menjadi hal yang sungguh tidak terlupakan dan menjadi proses yang penuh dengan pembelajaran.
19. Bapak Alex Sarjowinarko beserta keluarga, terima kasih selaku Keluarga (Pematang Siantar) penulis selama menempuh studi program Doktor. Keluarga yang menganggap penulis menjadi bagian dari keluarganya. Senantiasa memberikan dukungan dan doa. Begitu juga dengan keluarga Bapak Eddy J. S.H. dimana menjadi tempat diskusi yang sangat hidup dan menjadi tempat peraduan tanpa batas dalam berselancar data.

20. Bapak Muh. Habib SPdi. beserta keluarga (Palembang) yang senantiasa menanamkan semangat *spiritual* selama penulis menempuh studi Doktor. Senantiasa mengingatkan untuk mengendalikan *emotional intelligence* dan *spiritual intelligence*.
21. Bapak Ir. Marsudi, M. MA (Ka.Din. Pertanian Kab. Ngawi Jatim) dan keluarga. Terima kasih senantiasa memberikan dorongan untuk segera menyelesaikan studi, bekerja keras, belajar cerdas dan utamanya adalah etos kerja (*fighting spirit*) yang baik (tinggi).
22. Saudara-saudara terbaik pernah kumiliki (Gigih Candra Irawan *family*, saudara karib dan saudara yang selalu menjadi tempat persinggahan selama masa perjuangan, *brotherhood*), Saudara trah Sudarso yang selalu ada kapanpun dan dimanapun dalam masa suka dan duka, semoga tercipta bibit-bibit unggul untuk penerus kita nanti. Begitu juga dengan trah Zaini dan trah Soerjadi
23. Kerabat-kerabat dekat yang selalu memberi *support*. Khususnya Ir. Soetarno M. Eng. dan keluarga, terima kasih telah menjadi bagian dari sejarah hidup penulis, Pak Nugroho dan keluarga yang senantiasa penuh ketulusan dan kasih dalam membimbing penulis dan keluarga.
24. Para tokoh dan pakar yang senantiasa memberikan motivasi, semangat menolak menyerah dan membagi ilmunya tanpa batas, *especially for*: Bapak Coach Indra Sjafri (Coach Timnas Indoensia U-19), Bapak Cecep Maskanul Hakim M.Ec., (Peneliti Senior BI konsentrasi Ekonomi dan Keuangan Syariah), Bapak Prof. Niki Lukviarman, MBA., DBA. (Pakar

Corporate Governance-Rektor UBH), Bapak Dr. Bandi MSi. Ak. (Dosen UNS-Tim SPI UNS), Bapak Herwin Noor BE. (Peg. PLN Padang-Sumbar), Bapak Wantoro (Staf Mabesad TNI) dan beberapa pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

25. Teman-teman kelas Beasiswa Angkatan 2014, suatu kenikmatan kulalui masa studi bersama kawan-kawan yang hebat. Terima kasih telah banyak memberikan petualangan yang menantang dan mengemberikan kepada penulis selama ini. Terima kasih atas persahabatan yang telah kita jalin, tiada yang lebih indah dari persahabatan kita (Pak Aziz/Takengon, Bang Abdi/Takengon, Bang Akmal/Langsa, Early Ridho/Langsa, Mbak Fitri/Lampung, Mas Mahda/Lampung, Lukman/Gorontalo, Mas Zaki/Muara Bungo, Pak Murshal/ Padang, Kak Novi/Medan, Mas Rahmad/Bangka, Bang Salman/Medan.

26. Rekan-rekan civitas akademika fakultas ekonomi UMS, Keluarga Besar Pengajar dan Himpunan Mahasiswa Akutansi UMS. selanjutnya Dr. Syamsudin MM beserta rekan-rekan PPMB terima kasih selalu memberi dukungan di waktu yang tepat. Begitu juga keluarga besar FE UMS yang selalu memberi rasa persaudaraan yang tinggi dan keramah tamahan yang luar biasa bagi penulis.

27. Rekan-rekan seperjuangan STAIN Kudus angkatn 2010 (Cd. Dr. Rofiq Faudy Akbar (BS 14), Cd. Dr. Ivan Alfian (BS 15), Cd. Dr. Sayful Mujab (BS 16), Cd. Dr. A. Karim, dan Calon Penerima Beasiswa LN Ibu Zaimatus S., Lc., MA. Begitu juga dengan Pak Suhadi SE., M.S.A.,

Amirus Sodik, Lc., MA., Fatma L.K.N., M.Si beserta kawan-kawan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

28. Rekan Mahasiswa S-2 (Rina, Ainiah, Asih dan kawan-kawan) dan S-3 Prodi Ekonomi Syariah PPS UIN-SU atas kebersamaan dan kerjasama kita semua.
29. Sahabat-sahabat yang memberikan kontribusi dalam penelusuran data dan *checker* penulisan disertasi (Mas Dosen Sofyan H. MSi, Mas Dosen Yunus MSi., Mas Ilham Fatchan, Mas Ardhy Febri dan beberapa rekan yang lain).
30. Sahabat-sahabat Kementrian Sosial di Medan, Bang Ismardi, Bang Naga, Bima, Nobel dan sahabat-sahabat lainnya yang selalu menerima dengan ramah.
31. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang selalu memberi dukungan dan doa dimanapun berada baik sebelum dan selama penulis menempuh studi Doktor. Terima kasih atas persaudaraan dan persahabatan yang telah kita jalin, tiada yang lebih indah dari ukhuwah kita.

Secara khusus, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orangtua penulis Ayahanda Noerrochmad BA, dan Ibunda Sukaningtyas P., BA. Setiap dentingan waktu terwujudnya karya ini merupakan ketulusan doa Ayah dan Ibunda yang senantiasa mengiringi langkahku yang senantiasa mengukir jiwa dan raga dengan penuh kasih sayang. Senantiasa memberikan semangat dan motivasi dengan penuh kecintaan dan kasih sayang yang berlimpah. Semoga kiranya Allah memberikan surgaNya sebagai balasan.

Ucapan terima kasih penulis juga penulis sampaikan kepada kedua mertua penulis Bapaknda H. Soerjadi dan Hj. Djaenatin, yang telah banyak memberikan dorongan dan kasih sayang kepada kami sekeluarga semoga Allah juga memberikan surgaNya sebagai balasan.

Penulis juga sampaikan terimakasih kepada keluarga penulis isteri Umi Hanifah SE. MSi., ananda Kayla Bay Amaranta. Terima kasih untuk semua

doa dan motivasinya. Semoga kita semua menjadi hamba-hamba Nya yang senantiasa beriman dan pandai bersyukur serta mampu memelihara semua Karunia yang telah dilimpahkan Allah SWT, Amiin

Untuk Abangda M. Yusuf R. B. SE, terima kasih atas aura semangatnya untuk penulis sehingga dapat mencapai karier akademis tertinggi yang sebelumnya tidak terbayang oleh penulis dapat mencapai pada titik ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmad, kesehatan, keberkahan, hidayah dan keampunanNya kepada semua yang telah membantu dan mendorong penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Amin.

Penulis percaya bahwa hasil karya sederhana ini merupakan jawaban dari Allah Swt atas hasil usaha dan doa penulis selama ini. Tetapi disamping itu penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun cara penyajian disertasi masih jauh dari kesempurnaan, hal ini terutama disebabkan terbatasnya pengalaman, pengetahuan, serta waktu penulis dalam menyelesaikan disertasi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Akhirnya penulis berharap kiranya disertasi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis dan menambah khasanah pengembangan ilmu di bidang ekonomi syariah.

Medan, 8 Mei 2017



Bayu Tri Cahya

NIM 93314050520/EKSYA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

A. Pedoman Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini merupakan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	ba	B	Be
	ta	T	Te
	sa	£	es (dengan titik di atas)
	jim	J	Je
	ha	¥	ha (dengan titik di bawah)
	kha	Kh	ka dan ha
	dal	D	De
	zal	©	zet (dengan titik di atas)
	ra	r	Er
	zai	z	Zet
	sin	s	Es
	syim	sy	es dan ye
	sad	i	es (dengan titik di bawah)
	dad	«	de (dengan titik di bawah)
	ta	—	te (dengan titik di bawah)
	za	§	zet (dengan titik di bawah)
	‘ain	'	koma terbalik (di atas)
	gain	G	Ge
	fa	F	Ef
	qaf	q	Ki
	kaf	k	Ka
	lam	l	El

	mim	m	Em
	nun	n	En
	wau	w	We
	ha	h	Ha
	hamzah	'	Apostrop
	ya	y	Ye

2. Vokal Tunggal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
—	Fathah dan ya	Ai	a dan i
—	Kasrah dan waw	Au	a dan u

Contoh: ٱ = jahada
 ٱ = su'ila
 ٱ = ruwiya

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
—	Fathah dan alif atau ya		a dan garis di atas
—	Kasrah dan ya	3	i dan garis di atas

ـ	Dammah dan waw	-	u dan garis di atas
---	----------------	---	---------------------

Contoh: = qala
= rama>
قيل = qila
يقول = yaq-lu

4. Ta Marbutah ()

Transliterasi untuk ta marb-`ah ada dua, yaitu:

a. Ta marb-`ah hidup

Ta marb-`ah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan «ammah, transliterasinya adalah / t/

Contoh: = raudah al-atfah

b. Ta marb-`ah mati

Ta marb-`ah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah / h/.

Contoh: = talhah

c. Kalau pada kata terakhir dengan Ta marb-`ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka Ta marb-`ah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: المدينة المنورة = al-Madinah al-Munawwarah
= al-Madinatul-Munawwarah

5. Syaddah/ Tasydid (Konsonan Rangkap)

Syaddah atau tasydid dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah.

Contoh: = rabbana>
= nazzala
= al-hajj
= nu'ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (), namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf / l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidatu

= asy-syamsu

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: = al-qalamu

البدیع = al-bad'u>

= al-jalalu

B. Singkatan

as = 'alaih as-salam

h. = halaman

H. = tahun Hijriyah

M. = tahun Masehi

QS. = qur'an surat

ra. = radia Allah anhu

Saw. = jalla Allah 'alaih wa sallam

Swt. = subhana Allah wa ta'ala

t.th = tanpa tahun

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	19
C. Batasan Istilah	21
D. Tujuan Penelitian	22
E. Kegunaan Penelitian	23
 BAB II : LANDASAN TEORI	 25
A. <i>Stakeholder Theory</i>	25
B. <i>Legitimate Theory</i>	27
C. Pengungkapan (<i>Disclosure</i>)	32
D. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	37
1. CSR: Sebagai Sebuah Tindakan <i>Voluntary</i>	46
2. CSR Menjadi Aktivitas Bisnis Yang Diwajibkan (<i>Mandatory</i>)..	51
3. CSR dalam Perspektif Islam	54
a. <i>Unity</i>	56
b. <i>Vicegerency dan Trusteeship</i>	56
c. <i>Justice dan Equilibrium</i>	57
d. <i>Right dan Responsibilities</i>	57

4. <i>Islamic Position in Corporate Social Responsibility Continuum</i>	62
E. Ruang Lingkup CSR.....	63
1. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial dalam Arti Sempit	63
a. Tanggung Jawab Sosial Kepada Karyawan	63
b. Tanggung Jawab Sosial Kepada <i>Stakeholder</i>	70
1. Konsumen.....	71
2. Mitra Kerja	75
c. Tanggung Jawab Sosial Kepada Masyarakat Umum.....	77
2. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial dalam Arti Luas	83
a. Tanggung Jawab Sosial Kepada Lingkungan Hidup	83
b. Tanggung Jawab Sosial Kepada Hak Asasi Manusia.....	89
c. Tanggung Jawab Sosial Kepada Gerakan Anti Korupsi	94
F. <i>CSR Conduct and Disclosure (Governance Standart)</i>	97
1. Tujuan Penerapan <i>Governance Standart</i>	99
2. Tanggung Jawab Institusi berdasarkan <i>Governance Standart</i> .	99
a. <i>Mandatory Conduct</i>	99
b. <i>Recommended Conduct</i>	100
3. Persyaratan Pengungkapan dan Penyajian <i>Social Report</i>	100
4. Tanggung Jawab Institusi berdasarkan <i>Governance Standart</i> .	101
a. Kepatuhan dan Fungsi Atestasi	101
b. Fungsi Pelaksanaan.....	101
G. <i>Islamic Social Reporting</i>	102
H. Kerangka Syariah ISR	106
I. Tema Pengungkapan ISR	109
1. Pendanaan dan Investasi (<i>Finance and Investment</i>).....	110
2. Produk dan Jasa (<i>Product and Services</i>).....	111
3. Karyawan (<i>Employess</i>)	111
4. Masyarakat (<i>Community Involment</i>).....	112
5. Lingkungan Hidup (<i>Environment</i>).....	112
6. Tata Kelola Perusahaan (<i>Corporate Governance</i>)	113
J. Kajian Penelitian Terdahulu.....	115

K. Pengembangan Hipotesis	124
1. Hubungan <i>Corporate Governance Strenth</i> dengan <i>Islamic Social Report</i>	124
2. Hubungan <i>Media Exposure</i> dengan <i>Islamic Social Reporting</i>	127
3. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan <i>Islamic Social Reporting</i>	129
4. Hubungan <i>Profitabilitas</i> dengan <i>Islamic Social Reporting</i>	130
5. Hubungan <i>Islamic Social Reporting</i> dengan Nilai Perusahaan	132
6. Hubungan <i>Corporate Gover nance Strengh, Media Exposure</i> dan Karakteristik Perusahaan (<i>Profitabilitas</i> dan Ukuran Perusahaan) Terhadap Nilai Perusahaan dimediasi oleh <i>Islamic Social Reporting</i>	135
L. Kerangka Teori	139
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	140
A. Pengumpulan Data	140
B. Populasi.....	140
C. Sampel	142
1. Penentuan <i>Sample Frame</i>	143
2. Penentuan <i>Sample Design</i>	143
3. Penentuan <i>Sample Size</i>	144
D. Identifikasi dan Pengukuran Variabel	145
1. Variabel Independen	146
a. <i>Corporate Governance Strength</i>	146
b. <i>Media Exposure</i>	147
c. Ukuran Perusahaan	147
d. <i>Profitabilitas</i>	148
2. Varibel Dependen	148
3. Varibel Pemediasi/Interviening	149
E. Analisa Data.....	152
1. <i>Structure Equation Model (SEM)</i>	152
2. <i>General Stuctured Component Analysis (GeSCA)</i>	155

a. Model Fit.....	157
b. Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	157
3. Model dan Rumus Persamaan Struktural.....	157
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	159
A. Deskripsi Sampel Penelitian	160
B. Statistik Deskriptif.....	156
C. Hasil <i>Content Analysis</i> Pelaporan	163
1. Skor Indeks Pelaporan ISR.....	163
2. Persentase Pengungkapan ISR.....	166
a. Tema Pembiayaan dan Investasi	168
b. Tema Produk dan Jasa	170
c. Tema Karyawan	172
d. Tema Masyarakat	174
e. Tema Lingkungan.....	176
f. Tema Tata Kelola Perusahaan.....	178
D. Analisis Data	180
1. Pengujian <i>Covariance Based SEM</i> (Pengujian Pra GeSCA)	181
a. Kecukupan Sampel	181
b. Normalitas Data	181
c. Uji <i>Outlier</i>	182
d. Penilaian Model Fit	184
2. Pengujian <i>Generalized Structured Component Analysis</i> (GeSCA)	185
3. Pembahasan Hipotesis.....	187
a. Pengaruh <i>Corporate Governance Strength</i> (CGS) terhadap ISR	192
b. Pengaruh <i>Media Exposure</i> (ME) dengan ISR	195
c. Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) terhadap ISR	197
d. Pengaruh <i>Profitabilitas</i> terhadap ISR.....	200
e. Pengaruh ISR dengan Nilai Perusahaan (<i>Firm Value</i>)	202

f. ISR memediasi hubungan antara <i>Corporate Governance Strength, Media Exposure</i> , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	204
4. Analisis Tambahan berdasar Jenis Industri Perusahaan (<i>Multiple Group: Type Industry</i>).....	207
BAB V : PENUTUP	210
A. Kesimpulan	210
B. Keterbatasan, Saran dan Implikasi	211
1. Keterbatasan	211
2. Saran.....	212
3. Implikasi	213
a. Implikasi Praktis.....	213
b. Implikasi Teoritis	213
c. Implikasi Metodologis	214
DAFTAR PUSTAKA	216
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	232
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Identifikasi Item Indeks ISR	12
Tabel 2 Peringkat Perusahaan Pengungkapan ISR	15
Tabel 3 Konsep Masalah dan Aplikasinya	60
Tabel 4 <i>Corporate Social Responsibility Continuum</i>	62
Tabel 5 Tujuan ISR	109
Tabel 6 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu	115
Tabel 7 Sumber Data Penelitian.....	140
Tabel 8 Pengukuran Variabel Operasional	145
Tabel 9 Indeks ISR.....	150
Tabel 10 Perbandingan PLS dengan GeSCA	154
Tabel 11 Perhitungan Sampel Perusahaan.....	160
Tabel 12 <i>Descriptive Statistics</i>	161
Tabel 13 Pengungkapan ISR Tema Pembiayaan dan Investasi	168
Tabel 14 Pengungkapan ISR Tema Produk dan Jasa.....	170
Tabel 15 Pengungkapan ISR Tema Karyawan	172
Tabel 16 Pengungkapan ISR Tema Masyarakat	175
Tabel 17 Pengungkapan ISR Tema Lingkungan	176
Tabel 18 Pengungkapan ISR Tema Tata Kelola Perusahaan	178
Tabel 19 Hasil Uji Normalitas	182
Tabel 20 Hasil Uji <i>Outlier (Mahalanobis d-squared)</i>	183
Tabel 21 Evaluasi <i>Goodness-of-Fit Indices</i>	185
Tabel 22 Hasil <i>Measurement-of-Fit</i> Model	188
Tabel 23 Hasil Analisis Model	189
Tabel 24 Nilai <i>R Square</i>	192
Tabel 25 <i>Structural Model</i>	208

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Syariah ISR.....	107
Gambar 2 Kerangka Konseptual.....	139
Gambar 3 Model Penelitian.....	158
Gambar 4 Total Skor Indeks ISR Tahun 2012 - 2015	164
Gambar 5 Persentase Pengungkapan ISR tahun 2012 – 2015.....	167
Gambar 6 Model Struktural (SEM)	184
Gambar 7 Model Struktural (SEM) GeSCA	187
Gambar 8 Model Hasil Penelitian <i>Full Model</i>	191

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Data Disertasi	232
Lampiran 2 Hasil Pengolahan Data GeSCA.....	234
Lampiran 3 Pengumuman Indeks JII Periode 2012-2015	240
Lampiran 4 Model Pengungkapan ISR	256
Lampiran 5 <i>Rerference</i> Item Indeks ISR	260

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini *corporate social report* (CSR) dalam ekonomi Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah. Perusahaan-perusahaan inilah yang diharapkan dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami. Sejauh ini pengukuran CSR *disclosure* pada lembaga syariah kebanyakan masih mengacu kepada *Global Reporting Initiative Index* (Indeks GRI).¹ Padahal, terkait dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan aktivitas sosial pada entitas bisnis syariah, dibutuhkan konsep laporan pertanggungjawaban berbasis syariah. Hal ini wajar saja dikarenakan perkembangan pengetahuan dan bisnis berbasis syariah. Namun lambat laun semua yang dahulunya masih dalam taraf konsep akhirnya muncul juga sebagai fenomena empiris seperti muncul sebuah konsep akuntabilitas berbasis syariah yaitu *Islamic Social Reporting* (ISR). ISR merupakan salah satu cara untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam.² Maliah *et al.*, menekankan bahwa ada dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Islam, yaitu: pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*).³

Dari awal konsep teretusnya ISR diharapkan melahirkan konsep dan praktik akuntansi yang sesuai dengan syariat islam sehingga dapat memberikan kontribusi kepada kemajuan ekonomi dan praktik bisnis serta perdagangan yang

¹ R. Haniffa, "Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective", *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), 2002 h.130.

² Rohana Othman, A. Md. Thani, dan E.K. Ghani.. "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia", *Research Journal of International Studies*, Vol. 12, 2009. h. 5

³ Maliah bt. Sulaiman dan Roger Willett, Using the Hofstede-Gray framework to argue normatively for an extension of Islamic Corporate Reports. *Malaysian Accounting Review*. Vol 2 (1), 2003, h. 27.

lebih jujur dan adil. Oleh karena itu itu dengan mempersiapkan konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan maka akan terpenuhinya kebutuhan publik akan suatu informasi atau pengungkapan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu cara untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam yaitu dengan penerapan ISR.⁴

ISR ini pertama kali dikemukakan oleh Haniffa⁵, kemudian dikembangkan secara ekstensif oleh Othman *et al* secara spesifik di Malaysia.⁶ Menurut Haniffa terdapat keterbatasan dalam laporan sosial konvensional sehingga ia mengemukakan sebuah kerangka konseptual ISR yang berdasarkan ketentuan syariah Islam. Kerangka konseptual ini tidak hanya membantu para pengambil keputusan muslim tetapi juga untuk membantu perusahaan dalam menjalankan aktivitas dan pelaporan yang sesuai ketentuan syariah. Hal ini dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban terhadap Allah Swt., dan masyarakat sekitarnya.⁷ Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan aktivitas sosial syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item tanggung jawab sosial yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam di dalam pelaporannya.⁸

⁴ Rohana Othman, A. Md. Thani, dan E.K. Ghani, *Determinants of Islamic Social Reporting* h. 5

⁵ R. Haniffa, *Social Reporting Disclosure* h.129

⁶ Rohana Othman, A. Md. Thani, dan E.K. Ghani, *Determinants of Islamic Social Reporting* h. 2

⁷ R. Haniffa, *Social Reporting Disclosure* h. 132

⁸ *ibid.*

Pelaporan (sosial) dalam perspektif Islam merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan dapat diartikan dengan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah Swt. Selain itu, hal ini merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima.⁹ Maka dari itu, manusia diamanahkan untuk menjadi khalifah Allah di muka bumi ini yang membawa *rahmatan lil alamin* dalam setiap aspek kehidupan.

Siwar dan Hossain dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan berkontribusi terhadap konsep *social report* yang telah berkembang hingga saat ini.¹⁰ Hal tersebut berkaitan erat dengan dasar-dasar pengembangan entitas bisnis syariah, terutama apabila dilihat dari sudut wahyu bahwa etika dan tanggung jawab sosial adalah sesuatu yang tidak boleh dipisahkan dalam berbagai aktifitas muamalat. Dimana hal ini sesuai dengan konsep nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw. sebagaimana digunakan sebagai landasan tanggung jawab sosial perusahaan.¹¹ Konsep diatas di dalam Islam lebih menekankan bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah Swt., dalam dimensi perusahaan.

Secara ilmiah *social report* (dalam hal ini ISR) juga dilandasi oleh adanya *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. *Stakeholder* memerlukan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu pengungkapan (*disclosure*) terkait praktik *social*

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang : UIN Maliki Ibrahim Malang Press, 2007), h. 21.

¹⁰ *Ibid*, ... h. 300.

¹¹ C. Siwar dan M. T. Hossain "An analysis of Islamic CSR concept and th opinion of Malaysian managers". *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20, 2009, h. 292.

responsibility yang dilakukan perusahaan melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Para *stakeholder* berhak untuk mengetahui semua informasi baik bersifat *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-keuangan. Sehingga yang dilakukan perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan perusahaan sendiri tetapi juga harus dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* (teori *stakeholder*).¹²

Sementara terkait *legitimacy theory*, perusahaan dikatakan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*. Dengan demikian, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya.¹³ Banyak perusahaan mengalami kegagalan karena tidak berhasil memenuhi ekspektasi/harapan masyarakat. Hal ini mengakibatkan organisasi atau perusahaan tersebut mendapat sanksi dari masyarakat, berupa pembatasan terhadap legalitas operasi organisasi atau perusahaan, pembatasan terhadap akses sumber daya seperti modal keuangan dan tenaga kerja, dan pengurangan konsumsi oleh masyarakat terhadap produk dari organisasi atau perusahaan tersebut.¹⁴

Jika ditarik kebelakang, sebenarnya konsep ISR ini jauh dilatarbelakangi proses tumbuhnya CSR. Dimana pada tahun 1960an dan 1970an, secara konteks mungkin benar ketika orang menganggap satu-satunya tanggung jawab entitas atau korporasi adalah meningkatkan keuntungan atau mensejahterakan pemegang saham.¹⁵ Hal tersebut didasari oleh pemikiran filosofi *dualism* yang cara berfikirnya cenderung konvensional, bahwa tugas korporasi adalah mencari keuntungan.

¹² Agus Purwanto, Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility, *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol.8/No. 1/November 2011, h. 19.

¹³ Dewa Made Bagus Umbara dan I Ketut Suryanawa, Pengaruh pengungkapan tanggung jawab Sosial pada nilai perusahaan, *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.2 (2014), h. 412.

¹⁴ Suwaldiman, Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial/Lingkungan (Triple-Bottom-Line Reporting): Sebuah Tinjauan Teoritik, *EKBISI*, Vol. VIII, No. 1, Desember 2013, h. 67.

¹⁵ Milton Friedman, "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine*, 1 September 1970, <http://www.colorado.edu/studffenggroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>.

Persoalan dari pemikiran filosofis ini adalah sifat tamak (*profit maximization*) dari korporasi sulit dikontrol oleh hukum. Kapan korporasi akan menentukan bahwa keuntungannya telah cukup, dan saatnya untuk memperhatikan persoalan sosial, adalah tidak dapat diperkirakan.¹⁶ Sebenarnya secara teoritik, para pendiri perusahaan membuat kontrak untuk bekerjasama mendirikan korporasi dengan maksud dan tujuan individualistik (*privately*), artinya mereka hanya melimpahkan amanat kepada direksi (*agent*) sesuai dengan maksud dan tujuan pendirian korporasi¹⁷, dimana pada umumnya mereka hanya berfokus pada *profit oriented*.

CSR merupakan wacana yang semakin umum dalam dunia bisnis di Indonesia, dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktik CSR dalam bisnis.¹⁸ Sebagai salah satu pendekatan sukarela yang berada pada tingkat *beyond compliance*, penerapan CSR saat ini berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia sebagai respon dunia usaha yang melihat aspek sosial dan lingkungan sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko, menuju *sustainability* dari kegiatan usahannya.¹⁹ Tidak mengherankan kalau kemudian CSR dianggap sebagai jawaban terhadap praktik bisnis yang mencari untung sebesar-besarnya. Bahkan sementara kalangan menganggap bahwa CSR dianggap sebagai beban yang mengganggu konsentrasi perusahaan untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.²⁰

Secara faktual, kondisi dan nilai-nilai masyarakat telah berubah. Masyarakat dunia yang sebagian ikut merasakan adanya ketimpangan sosial dan kemalangan

¹⁶ Robert Charles Clark, *Corporate Law* (New York: Aspen Law Publisher, 1986), h. 675.

¹⁷ *Liberal thinkers liked notion of privacy, and considered themselves individualists for a reason. Individualism and privacy were important because they enabled people to become autonomous and moral agents, responsible for their own fate...* Alan Wolfe, "The Modern Corporation: Private Agent or Public Actor?", *Washington and Lee Law Review* 50 (Fall, 1993), h. 1683.

¹⁸ Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, "Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan *Global Reporting Initiative* Indeks dan *Islamic Social Reporting* Indeks". (Purwokerto: Simposium Nasional Akuntansi 13, 2010), h. 1.

¹⁹ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2013), h. ii.

²⁰ *Ibid.*

yang harus diderita oleh sebagian saudara yang lainnya, akan mempunyai ekspektasi yang berbeda terhadap korporasi.²¹ Bisnis bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga tereliminasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan.²² Perubahan lingkungan yang sangat dinamis, baik dipicu oleh kekuatan eksternal maupun kekuatan internal telah memaksa para pelaku bisnis untuk tidak saja harus selalu meningkatkan laba dan kinerja, tetapi juga harus peduli terhadap masalah sosial. Ekspektasi masyarakat terhadap eksistensi organisasi/perusahaan saat ini semakin meluas. Masyarakat tidak hanya mengharapkan kinerja keuangan saja, tetapi sudah meluas terhadap kepedulian organisasi/perusahaan akan kinerja sosial dan lingkungan. Semakin meluasnya ekspektasi masyarakat tersebut akan membawa konsekuensi bahwa kesuksesan organisasi/perusahaan tergantung bagaimana memasukkan aspek kemanusiaan, lingkungan, dan aspek sosial lainnya ke dalam aktivitas organisasi/perusahaan tersebut.²³

Dengan kata lain entitas bisnis sekarang harus menerapkan prinsip *triple bottom line*. Istilah *triple bottom line* dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan 3 P (*profit, people, planet*). Selain mengejar profit, perusahaan mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).²⁴ Dalam gagasan tersebut perusahaan tidak lagi dihadapkan

²¹ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 100

²² Mas Achmad Daniri. Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "A Promise of Gold Rating: Sustainable CSR"*. Tanggal 23 Agustus 2006, h.3. diambil dari www.menlh.go.id. Diakses pada tanggal 23 Mei 2015

²³ Suwaldiman, *Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial/Lingkungan (Triple-bottom-line Reporting): Sebuah Tinjauan Teoritik EKBISI*, Vol. VIII, No. 1, Desember 2013, h. 68.

²⁴ J. Elkington. *Cannibal With Work: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island (BS: New Society Publisher. 1997), h. 7

pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.²⁵

Entitas bisnis yang menggunakan *triple bottom line*, selain melaporkan aspek keuangan juga melaporkan aspek kepedulian sosial dan upaya pelestarian lingkungan hidup.²⁶ Masyarakat saat ini mempunyai ekspektasi tentang entitas bisnis untuk menghasilkan produk/jasa yang mampu memperbaiki dan mencegah kerusakan lingkungan fisik. Selain itu juga untuk menjamin kesehatan dan keselamatan konsumen, tenaga kerja dan masyarakat yang tinggal di lingkungan di mana produk/jasa diproduksi serta pembuangan sampah/limbah.²⁷ Fenomena inilah yang menyulut wacana *corporate social responsibility* (CSR) yang menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekadar aktifitas ekonomi (menciptakan *profit* demi kelangsungan bisnis), melainkan juga termasuk tanggung jawab sosial termasuk lingkungan.²⁸

Perkembangan praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia juga mendapat dukungan dari pemerintah. Hal itu, terlihat dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 dan Peraturan Pemerintah no 47 oleh pemerintah terkait dengan kewajiban perusahaan yang menjalankan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya peraturan terakhir yang mewajibkan Persero untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Secara singkat sebenarnya CSR mengandung makna bahwa perusahaan memiliki tugas moral jujur, mematuhi hukum,

²⁵ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, Cetakan ke-2 (Gresik: Fascho Publishing, 2007), h. 32-33

²⁶ Muh. Arief Effendi, *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 163

²⁷ T. Tinker dan M. Neimark. The role of annual reports in gender and class contradictions at General Motors: 1917-1976, *Accounting, Organization and Society*, 12 (1), 1987, h. 84

²⁸ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility ...* h. i.

menjunjung tinggi integritas dan tidak korupsi. Konsep ini yang sangat linear bila diimplementasikan dalam konsep ISR. Konsep pengungkapan ISR menekankan bahwa perusahaan mesti mengembangkan praktik bisnis yang etis dan *sustainable*, secara ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Selanjutnya berkembangnya ISR turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan masyarakat untuk mengenal secara lebih dalam terhadap lembaga atau institusi syariah, semakin besar dari waktu ke waktu. Pasar modal sebagai lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek dalam hal ini adalah pasar modal syariah berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar efek-efek syariah pada perusahaan-perusahaan yang ingin berpartisipasi dalam pasar modal syariah di Indonesia.

Pasar modal syariah di Indonesia identik dengan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang hanya terdiri dari 30 saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun, efek syariah yang terdapat di pasar modal syariah di Indonesia tidak hanya berjumlah 30 saham syariah yang menjadi konstituen JII saja melainkan terdiri dari berbagai macam jenis efek. Dalam JII dilakukan pengkajian ulang selama 6 (enam) bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha utama emiten akan dimonitor secara terus menerus berdasarkan data publik yang tersedia. Perusahaan yang mengubah lini bisnisnya menjadi tidak konsisten dengan prinsip syariah akan dikeluarkan dari indeks. Sedangkan saham emiten yang dikeluarkan akan diganti oleh saham emiten lain. Semua prosedur tersebut bertujuan untuk mengeliminasi saham spekulatif yang cukup likuid. Sebagian saham-saham spekulatif memiliki tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler yang tinggi dan tingkat kapitalisasi pasar yang rendah.²⁹

Perkembangan pasar modal syariah yang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk pada daftar *islamic* indeks diekspektasikan untuk

²⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Jakarta_Islamic_Index, diakses tanggal 10 November 2015

menyajikan suatu dimensi religi dalam pengungkapan laporan tahunan yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi pemangku kepentingan muslim. Oleh karena itu, dibutuhkan acuan (*guideline*) untuk mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan yang terdapat pada *islamic* indeks membuat laporan tanggung jawab sosial yang turut menyajikan aspek-aspek religi dalam laporan tahunan dengan menyajikan pemenuhan kewajiban perusahaan yang sesuai dengan syariah.³⁰

Pada sisi lain semakin baik pengungkapan *social disclosure* dalam konteks Islam yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan. Dukungan terhadap perusahaan tersebut bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan. Berbicara mengenai nilai perusahaan, perusahaan-perusahaan yang tergabung di dalam *Jakarta Islamic Index (JII)* menjadi perbincangan beberapa tahun terakhir ini dikarenakan sistem syariahnya yang dianggap mampu bertahan di tengah krisis global, sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diakibatkan dari banyaknya investor yang mulai melirik sektor syariah. Secara global, perekonomian syariah memang sudah menunjukkan kelebihanannya bila dibandingkan dengan konvensional. Hal ini dapat kita lihat pada emiten-emiten yang tergabung dalam JII di BEI. *Jakarta Islamic Index (JII)* bertujuan untuk menilai (*benchmark*) kinerja investasi saham yang berbasis syariah. Sejauh ini pelaku pasar di BEI memiliki respon yang cukup positif terhadap indeks JII. Salah satu faktor penting yang dijadikan pertimbangan oleh para investor adalah aspek fundamental saham JII dinilai sangat baik dan konsisten pertumbuhannya. Sekalipun terkena imbas krisis ekonomi global, ketiga puluh anggota JII relatif menunjukkan kinerja yang memuaskan. Secara umum, prospek bisnis emiten JII diprediksi pelaku pasar modal memiliki peluang tumbuh di masa depan yang lebih baik dibandingkan rerata industri. Dengan demikian, persepsi pasar terhadap emiten JII adalah *excellent value manager*.

³⁰ Rohana Othman. & A. M. Thani, "Islamic social reporting of listed companies in Malaysia". *International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 2010, h. 138.

Pengungkapan *social report* (dalam hal ini ISR) menunjukkan peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan sosial di lingkungannya. Sebuah survei yang dilaksanakan oleh *National Consumers League and Fleishman Hillard International Communications* pada 31 Mei 2006, dikutip dari Egwuonwu menunjukkan bahwa dua per tiga koresponden lebih memilih untuk membeli produk perusahaan yang mereka anggap bertanggung jawab secara sosial, khususnya perusahaan yang memperlakukan karyawannya dengan baik.³¹ Begitu juga dengan pernyataan Fonbrun dan Shanley dikutip dari Ioannou dan Serafei yang menyatakan bahwa dalam teori *stakeholders*, strategi CSR akan mengarahkan pada kinerja yang lebih baik melalui perlindungan dan peningkatan reputasi dan nilai perusahaan³². Nilai perusahaan sangat penting esensinya karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selanjutnya, perusahaan *high profile*, yang merupakan perusahaan dengan dampak besar terhadap lingkungan dan masyarakat akan melakukan pengungkapan sosial lebih tinggi dibanding perusahaan *low profile*.³³ Nurlela dan Islahuddin (2008) serta Gunawan dan Utami (2008) dalam penelitian mereka menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dirasa perlu dilakukan sebagai wujud tanggung jawab dan bentuk komunikasi perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya mengenai kinerja dan

³¹ Ioannis Ioannou dan George Serafeim. The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Working Paper 11-017. *Best Paper Proceedings, Academy of Management 2010 Social Issues in Management (SIM) Division*. Harvard Business School. August 2010. h. 12.

³² *Ibid.*

³³ Ni Wayan Rustiarini. 2012. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*. Vol 2 No 1. Februari 2012. h. 3.

kondisi perusahaan. Selain itu saat ini peran vital dari media sangat mempengaruhi *image* perusahaan dimata *public* karena masyarakat akan semakin mudah melihat bagaimana bentuk tanggung jawab yang sudah dilakukan perusahaan dan hal ini akan meningkatkan reputasi perusahaan jika pengungkapan tersebut dinilai positif oleh masyarakat.³⁴ Oleh karena itu tidak dipungkiri bahwa ISR merupakan suatu hal yang dapat dipengaruhi beberapa aspek dan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan dengan ISR ataupun *Corporate Governance (CG) disclosure* di antara penelitian yang dilakukan oleh Othman (2009) menunjukkan hasil bahwa karakteristik perusahaan yang diwakili oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan dewan direksi berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Selanjutnya untuk penelitian Othman (2010) yang meneliti tentang ISR pada perusahaan syariah di Malaysia menunjukkan hasil bahwa perusahaan syariah Malaysia memiliki tingkat akuntabilitas yang telah sesuai secara syariah, tetapi di lain sisi tingkat ISR dalam laporan tahunan perusahaan yang masih dianggap minim.

Selanjutnya penelitian Wan Abdullah (2013) yang praktik *CG disclosure* pada *Islamic Banks* pada negara-negara asia tenggara dan *the Gulf Cooperation Council region* mengungkapkan bahwa unsur-unsur CG dan karakteristik Pengawas Syariah Dewan (SSB) berhubungan positif dengan *voluntary disclosure* CG. Selain itu, *voluntary disclosure* CG juga ditemukan berhubungan negatif dengan tingkat represi politik dan sipil, tetapi ukuran bank dan hukum negara, secara positif terkait dengan pengungkapan CG sukarela.

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh beberapa peneliti di Indonesia di antara Fitria dan Hartanti di tahun 2010. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa dari tiga sampel bank syariah yang melakukan praktik CSR, pelaksanaan berdasarkan Indeks GRI lebih besar daripada pengungkapan dengan Indeks ISR. Tingkat pengungkapan ISR hanya mencapai 50% dari total aktivitas yang

³⁴ Ni Luh Putu Mila Anggreni dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih, Peran Media Exposure Bagi Pasar Modal Indonesia, *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* Vol. 21, No. 1 (Februari 2016), h. 61.

seharusnya dilakukan dan dilaporkan. Selanjutnya pada Penelitian Sofyani (2012) yang melakukan penelitian eksplorasi mengenai aktivitas sosial perbankan syariah di dua negara yakni Indonesia dan Malaysia. Hasilnya menunjukkan bahwa kinerja sosial perbankan Islam di Indonesia pada 2010 mengalami peningkatan yang signifikan, sekitar 10% dari tahun sebelumnya (2009). Sementara kinerja sosial pada perbankan Islam di Malaysia adalah stabil karena tidak meningkat ataupun menurun. Namun, dilihat dari perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia, tidak ada satupun yang mencapai tingkat kinerja sangat bagus walaupun begitu kinerja sosial *train-average* perbankan Islam di Malaysia lebih tinggi daripada di Indonesia. Selain itu penelitian yang dilakukan Umbara dan Suryanawa (2014), yang terkait dengan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan hubungan pengaruh secara positif.

Berdasar atas penelitan-penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa pada dasarnya pengungkapan laporan tahunan entitas bisnis syariah sudah cukup akuntabel, tetapi dari unsur pengungkapan yang memperhatikan indeks ISR masih belum ada satupun yang mencapai angka penuh. Hal ini juga diperkuat dengan pemetaan atas penerapan indeks ISR yang beberapa peneliti kembangkan pada perusahaan-perusahaan (20 perusahaan) yang masuk dalam indeks JII menunjukkan bahwa:

Tabel 1
Identifikasi Item Indeks ISR

No	Pokok-Pokok Pengungkapan ISR	POIN
A	Tema pembiayaan dan investasi	2014
1	Kegiatan yang mengandung riba	20
2	Pengungkapan kegiatan yang mengandung gharar atau tidak	16
3	Zakat	1
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	13
5	Pernyataan nilai tambah perusahaan	10

B	Tema produk dan jasa	
6	Produk atau kegiatan operasi ramah lingkungan	18
7	Kehalalan produk	7
8	Keamanan dan kualitas produk	20
9	Pelayanan pelanggan	17
C	Tema karyawan	
10	Jam kerja	3
11	Hari libur dan cuti	7
12	Tunjangan	20
13	Remunerasi	20
14	Pendidikan dan pelatihan kerja (pengembangan sumber daya manusia)	20
15	Kesempatan yang sama atau kesetaraan gender	18
16	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan	3
17	Kesehatan dan keselamatan kerja	20
18	Lingkungan kerja	20
19	Karyawan dari kelompok khusus (cacat fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)	1
20	Karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah bersama-sama dengan karyawan tingkat menengah dan tingkat bawah	1
21	Karyawan Muslim diperbolehkan menjalankan ibadah	0
22	Tempat ibadah yang memadai	2
D	Tema masyarakat	
23	Sedekah, donasi, atau sumbangan	16
24	Wakaf	0
25	<i>Qard Hassan</i>	3
26	Sukarelawan dari kalangan karyawan	2
27	Pemberian beasiswa sekolah	14

28	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	8
29	Pengembangan generasi muda	19
30	Peningkatan kualitas hidup masyarakat kurang mampu	17
31	Kepedulian terhadap anak-anak	19
32	Kegiatan amal atau kegiatan sosial	20
33	Mensponsori acara kesehatan masyarakat, proyek rekreasi, olahraga, dan event budaya	20
E	Tema Lingkungan	
34	Konservasi lingkungan	13
35	Kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global	17
36	Pendidikan mengenai lingkungan	8
37	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan	5
38	Sistem manajemen lingkungan	13
F	Tema Tatakelola Perusahaan	
39	Status kepatuhan terhadap syariah	0
40	Struktur kepemilikan saham	20
41	Profil Dewan Direksi	20
42	Pengungkapan melakukan praktik monopoli usaha atau tidak	2
43	Pengungkapan melakukan praktik menimbun bahan kebutuhan pokok atau tidak	0
44	Pengungkapan melakukan praktik manipulasi harga atau tidak	0
45	Pengungkapan adanya perkara hukum atau tidak	17
46	Kebijakan anti korupsi (<i>code of conduct</i> , <i>whistleblowing system</i> , dan lain-lain)	15

Sumber: hasil olah peneliti

Berdasarkan data di atas tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah setiap perusahaan berbeda-beda, ada perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah dengan baik, namun ada pula perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah

dengan cukup minim. Dimana bila di peringkat perusahaan ditinjau dari skor Indeks Pengungkapan ISR Tahun 2014 yaitu sebagai berikut:

Tabel 2
Peringkat Perusahaan Pengungkapan ISR

No	Kode	Nama Perusahaan	Skor
1	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	32
2	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk	30
3	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	30
4	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk	30
5	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	30
6	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	29
7	ASII	Astra International Tbk	28
8	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk	28
9	KLBF	Kalbe Farma Tbk	27
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	26
11	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	26
12	UNTR	United Tractors Tbk	26
13	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	25
14	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	24
15	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk	24
16	EXCL	XL Axiata Tbk	23
17	LPKR	Lippo Karawaci Tbk	23
18	AKRA	AKR Corporindo Tbk	22
19	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk	22
20	CPIN	Charoen Pokhpand Tbk	20

Sumber: hasil olah peneliti

Bila dikaji lebih mendalam dari penelitian terdahulu dan data di atas

menunjukkan bahwa implementasi dan pengungkapan Indeks ISR secara optimal 100% (seratus persen) dimana bila diungkapkan semua mencapai skor 46. Walau sebenarnya skor indeks ISR yang rendah tidak dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah dengan baik karena terdapat dua kemungkinan, yaitu perusahaan tersebut melakukan tanggung jawab sosial secara syariah akan tetapi tidak diungkapkan dalam laporan-laporannya atau perusahaan tersebut memang tidak melakukan tanggung jawab sosial secara syariah. Oleh karena ketidakefektifan beberapa item terhadap pokok pelaporan pada laporan tahunan perusahaan, maka untuk selanjutnya akan dilakukan modifikasi untuk item-item yang terdapat pada indeks ISR yang dikembangkan.

Mengingat fakta bahwa Islam merupakan dasar berkembangnya unsur budaya, dan bahwa Islam adalah kekuatan yang signifikan untuk mempengaruhi cara hidup publik dan pribadi mereka. Pengaruh Islam di pelaporan (akuntansi) menunjukkan *progress* yang signifikan. Berdasarkan syariat, Islam telah merumuskan etika yang komprehensif yang mengatur bagaimana bisnis harus dijalankan, bagaimana akuntansi seharusnya dilakukan, dan bagaimana lembaga keuangan diatur pengelolaannya. Semua komponen ini menimbulkan tantangan unik untuk akuntansi dan pelaporan Islam³⁵. Atas dasar hal tersebut dan problematika tersaji yang mendasari peneliti untuk mengkaji dan meneliti kembali penelitian terkait ISR dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam implementasinya.

Penelitian ini berusaha untuk mengungkap ISR ditinjau dari aspek *corporate governance strength*, *media exposure* dan karakteristik perusahaan berbasis syariah di Indonesia dan selanjutnya dikaitkan dengan nilai perusahaan. Aspek *corporate governance strength* dan *media exposure* merupakan variabel yang belum pernah digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan ISR. Aspek *corporate governance strength*, menjadi aspek penting untuk ditinjau karena peneliti berasumsi bahwa *corporate governance strength* akan

³⁵ Safarina. The Development Of Islamic Social And Environmental Reporting. *Journal of Education and Social Sciences*, Vol. 4, (June.), 2016, h. 258.

cenderung menghasilkan informasi laporan yang lebih berkualitas. Selanjutnya terkait aspek *media exposure* merupakan media yang efektif untuk mengkomunikasikan ISR, karena diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu aspek karakteristik perusahaan merupakan unsur vital karena menunjukkan ciri-ciri atau karakter yang dimiliki oleh masing-masing entitas bisnis. Penambahan unsur nilai perusahaan menjadikan model penelitian ini berbeda dengan penelitian yang lain, nilai perusahaan ditambahkan karena strategi penerapan ISR akan mengarahkan pada kinerja yang lebih baik melalui perlindungan dan peningkatan reputasi serta pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

Kompleksitas model yang diangkat dalam penelitian ini akan diselesaikan dengan model persamaan struktural (*structural equation model*, SEM). SEM bagi para peneliti ilmu sosial memberikan kemampuan untuk melakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis *multivariate*.³⁶ Generasi pertama dari analisis multivariat adalah: *principal component analysis*, *factor analysis*, *discriminant analysis* dan *multiple regression*. SEM telah menjadi suatu alat/elemen metodologis³⁷, yang dapat menguji serangkaian hubungan saling ketergantungan secara bersamaan.³⁸

Keunggulan dari SEM dibandingkan dengan generasi pertama multivariat adalah bahwa SEM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi bagi peneliti untuk menghubungkan antara teori dengan data.³⁹ SEM merupakan gabungan dua alat analisis yang diambil dari ekonometrika yaitu persamaan simultan yang memfokuskan pada prediksi. *Software* yang populer dipergunakan dalam SEM

³⁶ C. Fornell, A Second Generation of Multivariate Analysis: Classification of Methods and Implication for Marketing Research. In M.J. Houston (ed). *Review of Marketing*, 1987, h. 421.

³⁷ H. Baumgartner and C. Homburg. Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13 (2), 1996, h. 144.

³⁸ C. L. Shook, D. J. Ketchen, G. T. M. Hult Jr and K. M. Kacmar. An assessment of the use of structural equation modeling in strategic management research. *Strategic Management Journal*, 25(4), 2004, h. 399.

³⁹ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured Component Analysis (GeSCA), Model Struktural Berbasis Komponen*, (Semarang: Badan Penerbit Univ. Diponengoro Semarang, 2013), h. 3.

antara lain adalah AMOS dan Lisrel. Kedua *software* tersebut dikembangkan dengan mengacu pada *covariance (covariance based)*. *Covariance based SEM* memiliki keterbatasan karena mengasumsikan jumlah sampel yang besar, data harus terdistribusi secara normal multivariate, indikator harus dalam bentuk reflektif, model harus berdasarkan pada teori dan adanya *indeterminacy*.⁴⁰ Untuk mengatasi kelemahan pada *covariance based SEM*, peneliti mengembangkan *component based SEM*, yaitu *Generalized Structured Component Analysis (GeSCA)*.

GeSCA merupakan suatu metode baru yang ditemukan oleh Hwang dan Takane.⁴¹ Hwang dan Takane mengusulkan teknik GeSCA, setelah dua teknik SEM sebelumnya adalah SEM berbasis *Covarian*⁴² dan *least squares path modeling*.⁴³ GeSCA mewakili pendekatan berbasis komponen terhadap pemodelan persamaan struktural. GeSCA memaksimalkan rata-rata atau jumlah varians linier yang dijelaskan dan setara dengan pendekatan yang dikembangkan oleh Glang tahun 1988, yang ia sebut “maksimalisasi jumlah *varians* yang dijelaskan”.⁴⁴ GeSCA terdiri dari tiga elemen yang menentukan: (1) cara untuk menentukan model linier, (2) kriteria optimasi, dan (3) penggunaan algoritma untuk mengestimasi.⁴⁵ GeSCA adalah bagian dari *Component Based SEM* dan menawarkan *global least square optimization*, yang secara konsisten untuk mendapatkan estimasi parameter model. GeSCA merupakan metode analisis yang termasuk dalam kriteria *soft modelling*.

⁴⁰ C. Fornell, A Second Generation of Multivariate Analysis h. 440.

⁴¹ H. Hwang dan Y. Takane, *Generalized Structured Component Analysis, Psychometrika*, Vol. 69 No. 1, 2004, h. 82.

⁴² C. Fornell and F. L. Bookstein. Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 1982, h. 442.

⁴³ W. J. Reinartz, M. Haenlein and J. Henseler. An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variancebased SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26 (4), 2009, h. 334.

⁴⁴ M. Glang, M. *Maximierung der Summe erklärter Varianzen in linear-rekursiven Strukturgleichungsmodellen mit multiplen Indikatoren: Eine Alternative zum Schätzmodus B des Partial-Least-Squares-Verfahrens* (Engl.: Maximization of the Sum of Explained Variances in Linear-recursive Structural Equation Models with Multiple Indicators: An Alternative to Mode B of the Partial Least Squares Approach). PhD Thesis. University of Hamburg, 1988, h. 22.

⁴⁵ Jörg Henseler, Why generalized structured component analysis is not universally preferable to structural equation modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 40, Number 3, 2012, h. 406.

Soft modelling bertujuan untuk mencari hubungan linear prediktif antar variabel, hubungan linear yang optimal dihitung dan diinterpretasikan sebagai hubungan prediktif terbaik yang tersedia dengan segala keterbatasan yang ada. *Soft* mempunyai arti tidak berdasarkan pada asumsi skala pengukuran, distribusi data dan jumlah sampel.⁴⁶ Sesuai dengan namanya GeSCA merupakan bagian dari *Component Based SEM* dan menawarkan *criteria global least square optimization*, yang secara konsisten meminimumkan untuk mendapatkan estimasi parameter model. GeSCA juga dilengkapi dengan ukuran *model fit* secara keseluruhan.⁴⁷

Selanjutnya *novelty* penelitian ini terletak pada beberapa unsur, diantaranya pada penelitian ini tidak hanya melihat aspek karakteristik perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* (JII). Penelitian ini menggunakan aspek *corporate governance strength* dan *media exposure* yang pada penelitian sebelumnya belum pernah diangkat untuk menguji *Islamic Social Reporting*. Terlebih lagi penelitian dengan model yang sama belum banyak dilakukan, utamanya yang menggunakan ISR sebagai variabel *interviening/mediating*. Selain itu, penelitian ini menarik untuk dilakukan karena menggunakan perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai syariah, yang pada umumnya memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan konvensional. Selain itu dalam penelitian ini ditambahkan analisis tambahan yaitu penggunaan tipe industri sebagai *multy group analysis*.

B. Rumusan Masalah

Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin

⁴⁶ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured*, ... h. 9.

⁴⁷ *Ibid*, ... h. 14

nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Pengungkapan ISR menunjukkan peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan sosial islami di lingkungannya. Perkembangan pasar modal syariah yang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk pada daftar *islamic* indeks diekspektasikan untuk menyajikan suatu dimensi religi dalam pengungkapan laporan tahunan yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi pemangku kepentingan. Oleh karena itu, dibutuhkan acuan (*guideline*) untuk mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan yang terdapat pada *islamic* indeks membuat laporan tanggung jawab sosial yang turut menyajikan aspek-aspek religi dalam laporan tahunan dengan menyajikan pemenuhan kewajiban perusahaan yang sesuai dengan syariah.

Berdasar latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *corporate governance strength* terhadap *islamic social reporting* pada perusahaan *go public* yang tergabung *Jakarta Islamic Index* (JII)?
2. Bagaimana pengaruh *media exposure* terhadap *islamic social reporting* pada perusahaan *go public* yang tergabung *Jakarta Islamic Index* (JII)?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *islamic social reporting* pada perusahaan *go public* yang tergabung *Jakarta Islamic Index* (JII)?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *islamic social reporting* pada perusahaan *go public* yang tergabung *Jakarta Islamic Index* (JII)?

5. Bagaimana pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *go public* yang tergabung *Jakarta Islamic Index* (JII)?
6. Bagaimana pengaruh *corporate governance strength*, *media exposure*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimediasi oleh *islamic social reporting* pada perusahaan *go public* yang tergabung *Jakarta Islamic Index* (JII)?

C. Batasan Istilah

Batasan istilah merupakan penjelasan tentang pengertian istilah-istilah kunci yang terdapat dalam judul penelitian agar terjadi konsistensi dalam penggunaan istilah dan terhindar dari pemahaman yang berbeda oleh pembaca.⁴⁸ Istilah-istilah yang akan dijelaskan dalam judul penelitian ini adalah:

1. *Islamic Social Reporting*

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang berkaitan dengan azas Islam. Indeks *ISR* berisi kompilasi item-item standar *CSR* yang ditetapkan oleh *AAOIFI* (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item social perusahaan yang seharusnya diungkapkan oleh suatu perusahaan/entitas Islam⁴⁹.

2. *Corporate Governance Strength*

Corporate Governance Strength merupakan suatu pengukuran terkait kekuatan CG, dimana unsur penilaiannya didasarkan atas *board size*, *audit committee*, dan *independence chair*.⁵⁰

⁴⁸ Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, *Pedoman Penulisan Proposal dan Disertasi PPs IAI-SU* (Medan: PPs IAIN-SU, 2012/2013), h. 13.

⁴⁹ Fahri Ali Ahzar dan Rina Trisnawati, "Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Syariah Di Indonesia", *Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers Sancall 2013*, Surakarta, 23 Maret 2013. h. 479

⁵⁰ Wan Amalina Wan Abdullah, Majella Percy dan Jenny Stewart, "Corporate Governance Disclosure Practices of Islamic banks: the Case of Islamic banks in the Southeast Asian

3. *Media Exposure*

Media Exposure merupakan kondisi dimana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens atau keadaan terkena pada khalayak oleh pesan-pesan yang disebarkan media massa.⁵¹

4. Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang melekat dalam suatu entitas usaha yang dapat dilihat dari beberapa segi,⁵² diantaranya ukuran perusahaan dan profitabilitas.

5. Nilai Perusahaan

Indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan, diproksikan melalui perbandingan antara nilai pasar ekuitas dan nilai buku dari total hutang dengan nilai buku dari total ekuitas dan total hutang.⁵³

D. Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Memperoleh bukti empiris dan mengkaji pengaruh *corporate governance strength* terhadap *islamic social reporting*.
2. Memperoleh bukti empiris dan mengkaji pengaruh *media exposure* terhadap *islamic social reporting*.

and the Gulf Cooperation Council region”, *Journal of International Accounting Research (JIAR) Conference 2014*, h. 5.

⁵¹ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 1998. h. 43.

⁵² Agus Sumarnadi Nugroho, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Keluasan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”, *Media Mahardhika* Vol .9 No. 3 Mei 2011. h. 11.

⁵³ Cecilia, Syahrul Rambe, M. Zainul Bahri Torong, “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia, dan Singapura”, *Symposium Nasional Akuntansi ke 18*, Medan, 16-19 September 2015, h. 7.

3. Memperoleh bukti empiris dan mengkaji pengaruh ukuran perusahaan terhadap *islamic social reporting*.
4. Memperoleh bukti empiris dan mengkaji pengaruh profitabilitas terhadap *islamic social reporting*.
5. Memperoleh bukti empiris dan mengkaji pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan.
6. Memperoleh bukti empiris dan mengkaji pengaruh *corporate governance strength, media exposure*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimediasi oleh *islamic social reporting*.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat antara lain:

1. Kegunaan/Manfaat Akademis
 - a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada perkembangan teori di Indonesia, khususnya tentang *islamic social reporting*.
 - b. Menambah khasanah pengetahuan mengenai *islamic social reporting*.

2. Kegunaan/Manfaat praktis

- a. Bagi Investor dan Calon Investor

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan investasi, mengingat pengungkapan informasi yang berkaitan dengan *islamic social reporting* merupakan salah satu hal yang penting bagi *stakeholder* yang mempertimbangkan konsep yang syar'i.

- b. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana serta referensi untuk menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan dan membantu memahami pengungkapan informasi yang berkaitan dengan

islamic social reporting (mengapa mereka perlu mengungkapkan hal tersebut) sebagai dasar penentuan pengambilan keputusan bagi manajemen perusahaan.

c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam penentuan kebijakan yang berkaitan dengan *islamic social reporting* khususnya bagi dewan syariah nasional.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan.¹ Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi atau mengelola harapan para *stakeholder*. Teori ini menekankan mengenai akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana dan menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholders*.²

Istilah *stakeholder* dari definisi Gray, *stakeholder* adalah:

*"...pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, para stakeholder antara lain masyarakat, karyawan, pemerintah, supplier, pasar modal dan lain-lain."*³

Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*.⁴ Gray *et al.*, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab dunia bisnis untuk

¹ Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), h. 25.

² Ira Agustine, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Finesta* 2(1). 2014, h. 43.

³ R. Gray, "Thirty Years of Social Accounting, Reporting, and Auditing: what (if anything) have we learnt?", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 10, No.1, 2001, h. 10.

⁴ Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi ...* h. 26

menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya kepada *pemegang saham* saja.⁵

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain.⁶

Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan kepedulian lingkungan, dengan pengungkapan lingkungan diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Teori *stakeholder* bertujuan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* karena keberlangsungan perusahaan didukung oleh *stakeholder*. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka *stakeholder* dapat menarik sumberdaya yang dikelola oleh perusahaan dan akan berbahaya pada keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, para *stakeholder* perlu dikelola dengan baik agar perusahaan mendapat dukungan dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Pelaporan lingkungan merupakan bagian yang berperan untuk menghindari setiap tindakan yang merugikan perusahaan. Teori *stakeholder* mengidentifikasi dan memodelkan para *stakeholders* dalam sebuah perusahaan serta mendeskripsikan serta merekomendasikan metode-metode yang dijalankan sehingga manajemen pada akhirnya memberikan *reward* kepada para pemilik kepentingan tersebut.

Terkait dengan penelitian ini, *Stakeholder* memerlukan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh karena

⁵ Gray, Corporate Social And Environmental Reporting; A Review Literature And Longitudinal Study Of Uk Disclosure. *Scotland: Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. Vol 8 No.2 1995. h. 50.

⁶ *Ibid.*, h. 26.

itu, diperlukan suatu pengungkapan (*disclosure*) terkait praktik *social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Perusahaan dapat melakukan pengungkapan melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Para *stakeholder* berhak untuk mengetahui semua informasi baik bersifat *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-keuangan. Sehingga yang dilakukan perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan perusahaan sendiri tetapi juga harus dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* (teori *stakeholder*).⁷

B. Legitimate Theory

Teori legitimasi dapat dipahami dari pernyataan Lindblom sebagai berikut:

*“...a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity's legitimacy”.*⁸

Teori legitimasi membahas kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Teori tersebut dibutuhkan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar kongruen dengan masyarakat luas. Dalam teori legitimasi menyiratkan bahwa sebuah perusahaan harus mengambil langkah-langkah agar kegiatan atau kinerja dari perusahaan tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memastikan adanya pertumbuhan kesadaran dan kepedulian masyarakat. Dengan kata lain, teori legitimasi yang terkait dengan pengungkapan sosial mengisyaratkan alasan mengapa perusahaan mengungkapkan hal tersebut karena mereka berada di lingkungan masyarakat dimana mereka beroperasi, dan kegagalan untuk mengungkapkan hal itu dapat

⁷ Agus Purwanto, Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility, *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol.8/No. 1/November 2011, h. 19.

⁸ C.K. Lindblom, “The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure,” Paper presented at the *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York. 1994, h. 3

berimplikasi yang merugikan perusahaan.⁹ Menurut teori legitimasi, organisasi/perusahaan melakukan aktivitas tertentu, termasuk dalam hal pengungkapan informasi, karena dalam rangka untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat sekitar di mana organisasi/perusahaan tersebut beroperasi.¹⁰ Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Jika masyarakat merasa tidak puas dengan operasi organisasi secara sah (*legitimate*) maka masyarakat dapat mencabut kontrak sosial dalam operasi organisasi.¹¹

Teori Legitimasi bertumpu kepada sebuah teori tentang kontrak sosial. Istilah kontrak sosial bisa diartikan sebagai “ijin dari masyarakat untuk beroperasi”.¹² Pada dasarnya “kontrak sosial” diartikan sebagai kontrak antara organisasi/perusahaan dengan masyarakat yang memiliki ekspektasi tertentu mengenai bagaimana organisasi atau perusahaan tersebut melakukan aktivitasnya. Kegagalan di dalam mentaati kontrak sosial tersebut akan sangat merugikan bagi keberadaan dan kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan tersebut. Terminologi “kontrak sosial” bukan hal yang baru, tetapi sudah dikembangkan sangat lama sekali. Istilah tersebut diderivasi dari teori ekonomi politik dan diadopsi oleh filosof-filosof terkenal seperti Thomas Hobbes (1588-1679), John Locke (1623-1704), dan Jean-Jacques Rousseau (1712-1778).¹³

Shocker dan Sethi mendeskripsikan kontrak sosial dengan analisis bahwa, setiap institusi tidak terkecuali institusi bisnis melakukan operasinya berdasarkan sebuah kontrak sosial yang diekspresikan dan diimplikasikan, sehingga

⁹ Umaru M. Zubairu, O. B. Sakariyau, and Chetubo Kuta Dauda., “Social Reporting Practices Of Islamic Banks In Saudi Arabia”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 23 [Special Issue – December 2011], h. 196.

¹⁰ Suwaldiman, Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial/Lingkungan (Triple-Bottom-Line Reporting): Sebuah Tinjauan Teoritik, *EKBISI*, Vol. VIII, No. 1, Desember 2013, h. 67.

¹¹ C. Deegan, M. Rankin, and J. Tobin, “An Examination Of The Corporate Social And Environmental Disclosures Of Bhp From 1983-1997: A Test Of Legitimacy Theory,” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, 2002, h. 320.

¹² Suwaldiman, Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial h. 67.

¹³ *Ibid.*, h. 68.

kelangsungan hidup dan pertumbuhan institusi tersebut akan tergantung kepada kemampuannya dalam menghasilkan produk atau jasa yang diinginkan oleh masyarakat secara umum; dan distribusi keuntungan ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok masyarakat yang mempunyai pengaruh kuat kepada institusi bersangkutan.¹⁴

Teori legitimasi merupakan asumsi secara umum yang menyatakan bahwa kegiatan perusahaan didasarkan dan disesuaikan dengan konsep, nilai kepercayaan, dan ketentuan sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan perlu menampakkan tujuannya yang sejalan dengan masyarakat. Teori legitimasi menjelaskan bahwa kebijakan di dalam pengungkapan informasi akuntansi kepada publik digunakan oleh organisasi/perusahaan bersangkutan sebagai strategi untuk menjaga hubungan baik antara organisasi/perusahaan tersebut dengan pihak-pihak luar (terutama *stakeholders*). Sebuah organisasi/perusahaan dipandang sebagai sebuah bagian dari sistem sosial yang lebih luas di mana kelangsungan hidupnya dan kesuksesannya tergantung kepada kesesuaian aktivitas organisasi atau perusahaan dengan ekspektasi atau harapan masyarakat.

Dowling dan Pfeffer menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi.

“Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan”.¹⁵

Dowling dan Pfeffer memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

¹⁴ A.D. Shocker. and S.P. Sethi, *An Approach to Incorporating Social Preferences in Developing Corporate Action Strategies*. (Los Angeles: Melville Publishing Company, 1974), h. 67.

¹⁵ J. Dowling and J. Pfeffer, Organizational legitimacy: social values and organization behaviour, *Pacific Sociological Review*, Vol. 18 No. 1, 1975, h. 131.

“Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan”.¹⁶

Di dalam masyarakat yang dinamis, tidak ada sumber *power* institusional dan kebutuhan terhadap pelayanan yang bersifat permanen. Oleh karena itu suatu institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi dengan cara menunjukkan bahwa masyarakat memang memerlukan jasa perusahaan dan kelompok tertentu yang memperoleh manfaat dari penghargaan (*reward*) yang diterimanya betul-betul mendapat persetujuan masyarakat.

Dowling dan Pfeffer mengatakan bahwa legitimasi tidak dapat didefinisikan hanya dengan mengatakan “apa yang legal atau illegal”.¹⁷ Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat “implisit” dan “eksplisit”.¹⁸

Menurut Deegan bentuk eksplisit dari kontrak sosial adalah persyaratan legal, sementara bentuk implisitnya adalah “harapan masyarakat yang tidak tercantum dalam peraturan legal (*uncodified community expectation*)”.¹⁹ Ada tiga alasan yang menyebabkan terjadinya korelasi yang tidak sempurna antara hukum dan norma atau nilai sosial.²⁰ Pertama, meskipun hukum sering dianggap sebagai refleksi dari norma dan nilai sosial, sistem hukum formal mungkin terlalu lambat dalam mengadaptasi perubahan norma dan nilai sosial di masyarakat. Kedua, sistem legal didasarkan pada konsistensi sedangkan norma mungkin kontradiktif

¹⁶ *Ibid.*, h. 122.

¹⁷ *Ibid.*, h. 124.

¹⁸ C. Deegan, M. Rankin and P. Voght, “Firms’ disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence,” *Accounting Forum*, Vol. 24 No. 1, 2000, h. 112.

¹⁹ J. Dowling and J. Pfeffer, *Organizational legitimacy* ... h. 124.

²⁰ *Ibid.*, h. 125.

(*contradictionary*). Ketiga, masyarakat mungkin mentolerir perilaku tertentu tapi tidak menginginkan perilaku tersebut tercantum dalam aturan hukum.²¹

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.²² Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam. Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan “*legitimacy gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya.²³

O'Donovan menyarankan bahwa ketika terdapat perbedaan antara kedua nilai tersebut, perusahaan perlu mengevaluasi nilai sosialnya dan menyesuaikannya dengan nilai-nilai sosial yang ada atau persepsi terhadap perusahaan sebagai taktik legitimasi.²⁴ Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk melakukan tanggungjawab terhadap lingkungan agar terlihat *legitimate* dimata masyarakat. Perusahaan akan cenderung bertindak sesuai keinginan masyarakat yaitu mampu bertanggung jawab terhadap lingkungan. Ancaman legitimasi sebuah perusahaan akan menarik perusahaan untuk memasukkan lebih banyak informasi tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Namun, pada kenyataannya banyak perusahaan melakukan pengungkapan tersebut untuk memperoleh *legitimate* dari masyarakat agar perusahaan mampu. Kegagalan sebuah organisasi atau perusahaan di dalam memenuhi ekspektasi/harapan masyarakat, akan mengakibatkan organisasi atau perusahaan tersebut mendapat sanksi dari masyarakat, berupa pembatasan terhadap legalitas operasi organisasi

²¹ *Ibid.*

²² G. O'Donovan, Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending them Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15. No. 3, 2002, h. 351.

²³ J. Dowling and J. Pfeffer, Organizational legitimacy ... h.125

²⁴ G. O'Donovan, Environmental Disclosure ... h. 354.

atau perusahaan, pembatasan terhadap akses sumber daya seperti modal keuangan dan tenaga kerja, dan pengurangan konsumsi oleh masyarakat terhadap produk dari organisasi atau perusahaan tersebut.²⁵

C. Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan (*disclosure*) adalah informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai keadaan perusahaan. Suatu pengungkapan harus memuat semua informasi termasuk informasi kuantitatif (seperti komponen persediaan dalam nilai mata uang), dan komponen kualitatif (seperti tuntutan hukum), bahkan setiap kejadian yang terjadi dengan tiba-tiba yang dapat mempengaruhi posisi keuangan harus diungkapkan secara khusus untuk membantu para pengguna laporan tahunan.²⁶

Pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan tahunan didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien.²⁷ Hendriksen dan Van Breda berpendapat bahwa pengungkapan dalam laporan keuangan mengandung arti penting untuk menyajikan informasi yang berguna membantu beroperasinya pasar modal secara efisien.²⁸ Hal ini dapat diartikan bahwa pengungkapan juga mencakup upaya mengkomunikasikan informasi perusahaan yang material baik kuantitatif maupun kualitatif yang bersifat retrospektif maupun prospektif kepada investor dan *stakeholder* lainnya.²⁹

Pengungkapan (*disclosure*) juga merupakan pengungkapan informasi yang diberikan sebagai lampiran pada laporan keuangan sebagai catatan kaki atau

²⁵ Suwaldiman, *Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial ...* h. 67.

²⁶ GAAP 98: *Interpretation and Application of Generally Accepted Accounting Principles* 1998, Wiley, h. 42.

²⁷ E. S. Hendriksen. *Teori Akunting 5*“” Buku Satu. Batam: Interaksara, 1998, h. 136.

²⁸ E.S. Hendriksen, dan M. F. Van Breda. *Accounting Theory*, 5th Edition (Singapore: Irwin-McGraw-Hill, 2001), h. 833.

²⁹ *Ibid.*.

tambahan.³⁰ Informasi ini menyediakan penjelasan yang lebih lengkap mengenai posisi keuangan, hasil operasi, dan kebijakan perusahaan. Informasi penjelasan mengenai kesehatan keuangan dapat juga diberikan dalam laporan pemeriksaan. Semua materi harus disingkapkan termasuk informasi kuantitatif maupun kualitatif yang sangat membantu pengguna laporan.³¹

Menurut Scott jenis pengungkapan yang dipublikasikan perusahaan terdapat dua yaitu *mandatory disclosure* (pengungkapan wajib) dan *voluntary disclosure* (pengungkapan sukarela).³² Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah pengungkapan yang diharuskan dalam laporan tahunan menurut peraturan Bapepam, sedangkan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh Bapepam, dengan kata lain pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan.³³ Pengungkapan wajib dipandang sebagai pengungkapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan sehingga perusahaan diasumsikan mematuhi pengungkapan minimal yang diharuskan tersebut, karena jika pengungkapan minimal yang wajib tersebut tidak terpenuhi maka perusahaan akan dituntut untuk memenuhi kekurangannya, sehingga dapat diasumsikan bahwa perusahaan mentaati pengungkapan wajib.³⁴

Lebih lanjut pengungkapan sukarela adalah jenis penyampaian informasi keuangan perusahaan pada publik yang diungkapkan secara sukarela di dalam laporan keuangan, tanpa ada kewajiban yang mengaturnya. Pengungkapan sukarela yang dilakukan perusahaan tersebut berperan melengkapi informasi yang bersifat wajib. Semakin luas cakupan oleh perusahaan, maka semakin baik pula pemahaman pasar atas perusahaan, sehingga menurunkan ketidakpastian akibat

³⁰ J. G. Siegel dan J. K. Shim. *Kamus Istilah Akuntansi* (Jakarta, PT. Elex Media Computindo, Kelompok Gramedia, 1994), h. 147

³¹ *Ibid.*

³² William R. Scott. *Financial Accounting Theory*. Edisi 6 (New Jersey: Prentice Hall, 2012), h. 15-17.

³³ Siti Aisah Murni. Pengaruh Luas Pengungkapan Sukarela Dan Asimetri Informasi terhadap cost of capital pada perusahaan publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol 7 no 2 (2004), h. 193

³⁴ Puruwita Wardani. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 14, No. 1, Mei 2012, h. 4.

asimetri informasi.³⁵ Pengungkapan sukarela tidak memiliki tuntutan untuk wajib diungkapkan namun dengan adanya pengungkapan sukarela diharapkan akan dapat memenuhi ketersediaan informasi yang dibutuhkan bagi para *stakeholder*.³⁶ Hal ini sesuai *Financial Accounting Standards Board* (FASB) dimana pengungkapan sukarela sebagai informasi yang dipublikasikan secara sukarela oleh perusahaan publik, namun tidak termasuk informasi dasar yang diwajibkan untuk publikasi, baik oleh prinsip akuntansi yang berterima umum maupun lembaga regulasi.³⁷

Meskipun telah diketahui manfaat dan arti penting mengungkap informasi sukarela, perlu dijelaskan kenapa kadang suatu perusahaan tidak bersedia mengungkapkannya. Perusahaan tidak bersedia mengungkap informasi sukarela karena sejumlah alasan. Merujuk pada pendapat Verrecchia, mengungkap informasi memiliki konsekuensi biaya. Biaya yang dimaksud tidak hanya terkait dengan biaya mempersiapkan dan mempublikasikannya, namun juga terkait risiko dimanfaatkannya informasi tersebut oleh perusahaan pesaing.³⁸ Oleh karenanya tingkat pengungkapan sukarela mempertimbangkan pula sensitivitas informasi yang dipublikasikan perusahaan agar tidak memunculkan masalah eksternalitas.³⁹

Pengungkapan sukarela adalah sebagai sarana yang efektif dalam berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan.⁴⁰ Pengungkapan sukarela mampu memberikan gambaran tentang prospek perusahaan,

³⁵ William R. Scott, *Financial Accounting Theory* ... h. 17.

³⁶ Puruwita Wardani, Faktor-faktor yang mempengaruhi ... h. 4.

³⁷ FASB, I. B. R., *Insights Into Enhancing Voluntary Disclosure. Financial Accounting Standards Board Steering Committee Report, Business Reporting Research Project*, 2001, h. 5

³⁸ R. E. Verrecchia, Discretionary Disclosure. *Journal Of Accounting and Economics*, Vol. 5, 1983, h. 181.

³⁹ Bushman R. dan W. R. Landsman, The Pros and Cons Of Regulating Corporate Reporting: A Critical Review of The Arguments. *Accounting and Business Research*, 40(3), 2010, h. 261.

⁴⁰ Y. Tian dan J. Chen, Concept of Voluntary Information Disclosure and A Review of Relevant Studies. *International Journal of Economics and Finance*, 1 (2), 2009, h. 54

menyempurnakan struktur *governance* dan memperluas perlindungan terhadap investor.⁴¹ Pendapat Tian dan Chen tersebut mengkonfirmasi pendapat Botosan yang menyatakan bahwa pengungkapan sukarela berperan mengurangi kesenjangan informasi (*asymmetric information*) antara perusahaan dengan investor dan pihak lain di luar perusahaan.⁴² Pendapat Botosan dan Tian dan Chen tersebut menunjukkan peran penting pengungkapan sukarela.

Penggunaan pengungkapan sukarela didasarkan pada sejumlah alasan sebagai berikut:

1. Terdapat *gap* antara informasi yang disediakan perusahaan dengan informasi yang dibutuhkan investor.⁴³
2. Hasil *interview* terhadap 401 *chief financial officer* (CFO) di Amerika Serikat menyimpulkan bahwa informasi yang bersifat *mandatory* memiliki kelemahan dalam kualitas *timeliness*, sebab informasi tersebut paling cepat diterbitkan dalam jangka waktu satu *quarter*, sementara investor membutuhkan informasi yang lebih cepat.⁴⁴
3. Laporan keuangan (lap. keu. tahunan perusahaan) memiliki kelemahan dalam konten (isi) terutama tentang informasi apa yang diungkap.⁴⁵
4. Rekomendasi *guideline* untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pelaporan keuangan perusahaan dengan cara memperluas pengungkapan meliputi:
 - a. *financial and non-financial data*,

⁴¹ menurut Tian, Y. dan J. Chen, Concept of Voluntary Information Disclosure, ... h. 56.

⁴² C. A. Botosan dan M. A. Plumlee, A Re-Examination of Disclosure Level and The Expected Cost of Equity Capital. *Journal of Accounting Research*, 40 (1), 2002, h. 22.

⁴³ M. Smith, and R. Taffler, The Incremental Effect of Narrative Accounting Information In Corporate Annual Reports. *Journal of Business Finance dan Accounting*, 22 (8), 1995, h. 1195.

⁴⁴ J.R. Graham, C. R. Harvey, dan S. Rajgopal, The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40 (1), 2005, h. 59.

⁴⁵ S. Beretta dan S. Bozzolan, A framework for the analysis of firm risk communication. *The International Journal of Accounting*, 39 (3), 2004, h. 268.

- b. *the management's analysis of financial and non-financial data,*
- c. *forward-looking information,*
- d. *information on managers and stakeholders,*
- e. *company background, and*
- f. *intangible asset (FASB, 2001).*⁴⁶

Pengungkapan sukarela menjadi fokus dalam penelitian ini karena perusahaan mempublikasikan pengungkapan sukarela tanpa kewajiban apapun yang mengaturnya. Pengungkapan sukarela merupakan salah satu cara bagi manajer untuk memperbaiki kredibilitas pelaporan keuangannya.⁴⁷ Penelitian mengenai pengungkapan sukarela masih memberikan hasil yang beragam khususnya terkait dengan faktor-faktor tertentu yang mempengaruhinya karena itu penelitian mengenai pengungkapan sukarela masih penting untuk diteliti. Selain itu, penelitian mengenai pengungkapan sukarela penting karena pilihan pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan ditujukan untuk mengendalikan konflik kepentingan antara pemegang saham, kreditor, dan manajemen.⁴⁸ Oleh sebab itu maka keputusan untuk mengungkap suatu informasi benar-benar ditentukan oleh insentif perusahaan, apalagi informasi-informasi berkaitan dengan *Islamic social reporting*. Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sukarela khususnya terkait *Islamic social reporting* dari pendekatan *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*.

Atas dasar alasan di atas maka penelitian ini menggunakan *Islamic social reporting* sebagai pengungkapan sukarela sebagai variabel penelitian. Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat mengungkap apakah investor menggunakan informasi sukarela utamanya yang berbasis syariah dalam

⁴⁶ FASB, ... h. 6.

⁴⁷ Paul M. Healy and Krishna G. Palepu, The Effect of Firms' Financial Disclosure Strategies on Stock Prices, *Accounting Horizons*, Vol. 7, No. 1, 1993, h. 5.

⁴⁸ Chee W Chow and Adrian Wong-Boren, Voluntary Financial Disclosure by Mexican Corporation, *The Accounting Review*, Vol. LXII, No. 3, 1987, h. 533.

mengambil keputusan investasinya. Penelitian ini berfokus pada item pengungkapan sukarela khususnya di bidang *islamic social* dengan merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu dan menyesuaikan dengan aturan di Indonesia. Sejumlah penelitian telah membuktikan manfaat pengungkapan sukarela terkait pelaporan sosial perusahaan, yaitu diantaranya yang dilakukan oleh Haniffa (2002) Othman (2009, 2010), Fitria dan Hartanti (2010), Widiawati dan Raharja (2012), Khoirudin (2012), Putri dan Yuyetta (2014), Sofyani (2012,2014), Ayu dan Siswanto (2013), Khoirudin (2013), Saridona dan Cahyandito (2015), Safarina (2016).

D. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut *World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioral ethics*) dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*) serta komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat luas.⁴⁹

Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila ada komitmen penuh dari manajemen puncak (*top management*) perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *Good Corporate Governance* dan salah satu implementasi *Good Corporate Governance* adalah penerapan CSR.

CSR merupakan komponen integral dari tata kelola perusahaan, terutama ketika terjadi konflik antara kebermanfaatan perusahaan terhadap sosial masyarakat dengan tujuan perusahaan memaksimalkan keuntungan.⁵⁰

⁴⁹ Muh. Arief Effendi. *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h, 162.

⁵⁰ Saeid Homayoun, Zabihollah Rezaee dan Zahra Ahmadi. Corporate Social Responsibility and Its Relevance to Accounting. *Journal of Sustainable Development*; Vol. 8, No. 9; 2015, h, 178.

Keberadaan konflik tersebut menuntut perusahaan untuk menetapkan kebijakan dan program CSR untuk memastikan bahwa dewan direksi dan senior eksekutif melaksanakan ketetapan tersebut. Saat ini, pemimpin perusahaan menghadapi tantangan tanggung jawab sesuai dengan standar moral tertentu.

CSR menjadi bagian tak terpisahkan dari bisnis dan banyak investor di seluruh dunia lebih memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. CSR menuntut bahwa berbagai organisasi lokal, nasional, dan internasional menerapkan kompilasi standar untuk laporan non finansial. Ada sebuah langkah belum pernah terjadi sebelumnya terhadap pengungkapan keuangan dan informasi nonfinansial pada indikator kinerja utama dari kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) mendefinisikan tujuan program CSR yaitu untuk mendorong kontribusi positif bahwa perusahaan multinasional dapat membuat kemajuan ekonomi, lingkungan dan sosial serta untuk meminimalkan kesulitan dari berbagai operasi dilakukan.⁵¹ Definisi ini berfokus pada dua aspek penting dari program CSR, yaitu penciptaan nilai sosial melalui kegiatan perusahaan dan menghindari konflik antara tujuan perusahaan dan tujuan sosial (konsensus sosial).⁵²

Dengan pengungkapan CSR, merupakan proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.⁵³ Dalam era globalisasi kesadaran akan penerapan CSR menjadi penting seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat terhadap produk (barang) yang ramah lingkungan. Salah satu prinsip *Good Corporate Governance* adalah masalah pertanggungjawaban, yaitu kesesuaian dalam

⁵¹ Organization of Economic Co-operation and Development, Guidelines for multinational enterprises, 2003, Retrieved from <http://www.oecd.org>

⁵² Saeid Homayoun, Zabihollah Rezaee dan Zahra Ahmadi, Corporate Social Responsibility, ... h. 178.

⁵³ Imam Ghazali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi* ... h. 412.

pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundangan-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

Lebih jauh, mengapa mengkomunikasikan CSR begitu penting pada saat sekarang ini didasari oleh beberapa hal⁵⁴:

a) Canggihnya Perkembangan Teknologi

Informasi berjalan begitu cepat dari satu sisi ke sisi lain sebagai hasil pengembangan teknologi. Perubahan terbesar di bidang komunikasi 40 terakhir (sejak munculnya televisi), adalah penemuan dan pertumbuhan internet. Melalui internet hampir setiap orang di belahan manapun saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah.

b) Publik saat ini lebih canggih pendekatannya pada perusahaan

Publik saat ini memahami isu-isu tertentu dan lebih skeptis terhadap kegiatan perusahaan. Menurut Gray *et al.* (1987), tumbuhnya kesadaran publik akan perusahaan di tengah masyarakat telah melahirkan sikap kritis karena perusahaan dianggap menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja.⁵⁵

c) Konsumen menaruh perhatian lebih kepada perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial

Konsumen kadang rela membayar lebih mahal untuk produk-produk perusahaan yang menyertakan kampanye sosial atau perlindungan lingkungan dalam pemasarannya. Wacana pentingnya peran bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan telah meluas dalam beberapa dekade terakhir.

⁵⁴ Ujang Rusdianto, *Cyber CSR: A Guide to CSR Communications on Cyber Media*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 140.

⁵⁵ R., Gray, D. Owen and K. Maunders, *Corporate Social Reporting*. (NJ: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1987), h. 3.

- d) Anjuran pemerintah akan pentingnya aktifitas CSR dan mengkomunikasikannya melalui laporan tahunan.

Pemerintah memiliki ketertarikan pada CSR karena upaya masing-masing bisnis dapat membantu untuk memenuhi tujuan kebijakan. Tapi, motivasi ini menyentuh tidak hanya pada tujuan kebijakan yang dibuat, tapi juga terkait pembangunan berkelanjutan dan perlindungan lingkungan.

- e) Kebutuhan perusahaan akan komunikasi CSR semakin penting.

Komunikasi CSR berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dengan *stakeholders*. Pengkomunikasian CSR penting guna mempengaruhi *opinion leader*, menjawab skeptisme yang tumbuh belakangan ini tentang CSR, khususnya bagi perusahaan yang lebih-lebihkan perilaku sosial mereka.⁵⁶

Pada awal perkembangannya, pelaksanaan CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan (donasi atau *charity*), terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di sekitar korporasi beroperasi. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi kreatif dan kemanusiaan pada dasarnya dilakukan secara *ad-hoc*, partial, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekedar *do good* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik.⁵⁷

Menurut Hamman dan Acutt, dalam artikel “*How Should Civil Society and The Government) Respond to Corporate Social Responsibility?*”, ada dua motivasi utama yang mendasari kalangan bisnis melaksanakan CSR yaitu⁵⁸;

Pertama, Akomodasi, yaitu kebijakan bisnis yang bersifat komestik, superficial, dan parsial. CSR dilakukan untuk memberikan citra sebagai

⁵⁶ R. Holme and P. Watts, *Corporate Social Responsibility : Making Good Business Sense*. World Business Council for Sustainable Development: Geneva, h. 89.

⁵⁷ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 193.

⁵⁸ Ralph Hamann and Nicola Acutt, How should civil society (and the government) respond to ‘corporate social responsibility’? A critique of business motivations and the potential for partnerships, *Development Southern Africa* Vol. 20, No. 2, June 2003, h. 57

korporasi yang tanggap terhadap kepentingan sosial. Singkatnya, realisasi CSR yang bersifat akomodatif tidak melibatkan perubahan mendasar dalam kebijakan bisnis korporasi sesungguhnya.

Kedua, legitimasi, yaitu motivasi yang bertujuan untuk mempengaruhi wacana . Pertanyaan-pertanyaan absah apakah yang dapat diajukan terhadap perilaku korporasi, serta jawaban-jawaban apa yang mungkin diberikan dan terbuka untuk diskusi? Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa motivasi ini berargumentasi pelaksanaan CSR mampu memenuhi fungsi utama yang memberikan keabsahan pada sistem kapitalis dan lebih khusus, kiprah para raksasa korporasi.⁵⁹

Telaah Hamman dan Acutt sangat relevan dengan situasi implementasi CSR di Indonesia dewasa ini. Khususnya dalam kondisi keragaman pengertian konsep dan penjabarannya dalam program-program CSR. Dari yang bersifat donasi hingga upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.⁶⁰

Menurut Philip Kotler dan Nancy Lee, setidaknya ada 6 pilihan yang merupakan motif perusahaan melakukan CSR, yaitu⁶¹;

a. Causes Promotion

Memberikan bantuan kepada masyarakat dalam bentuk sponsor sekaligus promosi.

b. Corporate Philantropy

Memberikan sumbangan secara langsung (donasi), tanpa dikaitkan dengan promosi atau kepentingan korporasi lainnya.

⁵⁹ Pamadi Wijaya, *Tanggung Jawab Perusahaan dan Masyarakat*, Pusat Data dan Analisa Tempo (2004) diunduh dari [http://www. Pdat.co.id/hg/opinions_pdat/2004/09/28/opn,20040928,id.html](http://www.Pdat.co.id/hg/opinions_pdat/2004/09/28/opn,20040928,id.html).

⁶⁰ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional, dan BUMN di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) h. 188.

⁶¹ Philip Kotler dan Nancy Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company Cause* (New Jersey: John Wiley and Sons, Inc., 2005), h. 23-24

c. *Causes Related Marketing*

Memberikan kontribusi kepada masyarakat berdasarkan persoalan yang khusus menyangkut penggunaan penjualan produk dari perusahaan tersebut.

d. *Corporate Social Marketing*

Memberikan dukungan pada pengembangan atas perubahan perilaku sosial melalui kampanye, seperti cara hidup sehat atau menciptakan lingkungan hidup yang nyaman

e. *Corporate Philantropy*

Memberikan sumbangan secara langsung (donasi), tanpa dikaitkan dengan promosi atau kepentingan korporasi lainnya.

f. *Community Volunteering*

Memberikan dukungan dalam bentuk pendampingan untuk pemberdayaan masyarakat, seperti pelatihan ketrampilan

g. *Socially Responsible Business Practices*

Memberikan dukungan dalam pengembangan usaha atau kegiatan bisnis masyarakat.

Sementara Mas Ahmad Daniri menjelaskan tiga kategori sebagai motif korporasi untuk melaksanakan CSR yaitu⁶²:

a. *Community Relation*

Yaitu kegiatan-kegiatan menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan

b. *Community Services*

Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah

⁶² Mas Achmad Daniri, Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "A Promise of Gold Rating : Sustainable CSR"* Tanggal 23 Agustus 2006, diambil dari www.menlh.go.id.

memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.

c. *Community Empowering*

Adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini sasarannya adalah kemandirian komunitas.

Dalam melakukan CSR tentunya perusahaan memiliki alasan tertentu yaitu diantaranya⁶³:

a. Alasan Sosial

Perusahaan melakukan program CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.

b. Alasan Ekonomi

Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun *image* positif bagi perusahaan yang tujuannya pada akhirnya tetap pada peningkatan profit.

c. Alasan Hukum

Alasan hukum mebuat perusahaan melakukan program CSR hanya karena adanya peraturan pemerintah. CSR dilakukan perusahaan karena ada tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan untuk ikut serta

⁶³ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial ...* h. 268.

menjaga lingkungan. Akibatnya banyak perusahaan yang melakukan CSR karena ikut-ikutan atau menghindari sanksi dari pemerintah. Hal ini diperkuat dengan dikeluarkannya Undang-Undang PT No. 40 tahun 2007.

Beberapa pihak termasuk Michael Porter juga menganggap CSR adalah sama dengan *corporate philanthropy*, walaupun tujuannya untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam kompetisi.⁶⁴ Tetapi pendapat ini disalahkan oleh Michael Hopkins dengan beberapa alasan. *Pertama*, tugas korporasi adalah mencari keuntungan. Oleh karena itu CSR dengan model derma (donasi) tidak akan membantu korporasi dalam menciptakan keuntungan. *Kedua*, CSR dengan bentuk derma dilakukan dengan korporasi dengan mengambil dari sebagian keuntungan. Sementara CSR merupakan *before profit obligation*, yaitu menjadi bagian dari proses operasional sejak awal. *Ketiga*, CSR dilakukan secara terus menerus untuk keberlanjutan bisnis korporasi, sedangkan donasi dilakukan secara insidental dan terpisah dari bisnis.⁶⁵

Widiyanarti sependapat Michael Hopkins. Dia mengatakan bahwa:

“Pelaksanaan CSR hendaknya dilakukan secara *holistic*, artinya, pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dalam kegiatan bisnis semata, melainkan juga bergerak dari sifatnya derma (*charity*) menuju ke arah CSR yang lebih menekankan pada keberlanjutan pembangunan masyarakat (*community development*). Intinya, melalui CSR tersebut masyarakat menjadi semakin baik secara ekonomi, sosial dan budaya secara berkelanjutan (*sustainability*) sehingga perusahaan juga dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Dalam konteks ini, CSR lebih dimaknai sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang melakukannya”.⁶⁶

⁶⁴ Michael Hopkins and Ivor Hopkin. *Labour Standards and Corporate Social Responsibility: The Need for a Planetary bargain*, (London: Earthscan, 2002), h. 113.

⁶⁵ *Ibid.*, ... h. 113-117.

⁶⁶ Widiyanarti, *Corporate social Responsibility: Model Community Development Oleh Korporat*. *Etnovisi, Jurnal Antropologi Sosial Budaya* (2005). LPM ANTROP-FISIP-USU. Vol. 1 No. 2. h. 4.

Boediono, juga menyampaikan bahwa program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), khususnya negara-negara berkembang seperti Indonesia, seharusnya tidak diartikan sebatas filantropi atau pengembangan lingkungan sosial di sekitar pabrik. Akan tetapi, juga tuntutan untuk tidak melakukan praktek-praktek jahat dalam keseluruhan aspek usaha.⁶⁷

Pada praktiknya, kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pengembangan fasilitas pendidikan dan kesehatan, pemberi pinjaman modal bagi UKM, *social forestry*, penakaran fauna, pemberian beasiswa, penyuluhan HIV/AIDS, pengusaha kearifan local, hingga pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat. CSR pada tataran teknis adalah *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁶⁸

Terlepas dari ide mendistribusikan pesan CSR pada *stakeholder*, komunikasi CSR nyatanya memang memiliki tujuan, sehingga apa yang ditargetkan perusahaan membutuhkan praktik komunikasi tambahan. Komunikasi CSR bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan.⁶⁹ Selain citra perusahaan, Eisenegger and Schranz, (2011) yang peduli terhadap CSR, akan mempertahankan reputasi yang baik serta menurut Von Walter. Tomczak, dan Wentzel (2010) juga akan membangun merek perusahaan adalah tujuannya lainnya.⁷⁰

Dengan demikian, ada hal yang harus dicermati dari penerapan CSR, yaitu aspek keberlanjutan (*sustainable*) dari setiap kegiatan CSR. Sehingga kegiatan-kegiatan CSR perusahaan haruslah dibuat dalam rencana jangka panjang dan yang

⁶⁷ Boediono, CSR Tidak Hanya Filantropi: Tidak Mungkin Membangun Negeri Tanpa Melibatkan Pebisnis, *KOMPAS*, 7 September 2007.

⁶⁸ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial* ... h. 193-196

⁶⁹ M. Morsing and Schultz. Corporate Social Responsibility as strategic autocommunication: on the role of external stakeholders for member identification. *Business Ethics: A European Review*, 15 (2), 2006. h. 173.

⁷⁰ dalam Ujang Rusdianto, *Cyber CSR* ... h. 142.

memiliki efek jangka panjang pula bagi masyarakat dan lingkungannya. Bila melihat definisi CSR sebagaimana diungkapkan dalam ISO 26000, CSR merupakan tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.⁷¹

Berdasarkan ISO 26000, penerapan *social responsibility* hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup tujuh isu pokok, yaitu: lingkungan, keterlibatan dan pengembangan masyarakat, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, praktik operasi yang adil, konsumen, dan tata kelola organisasi. Hal terpenting ketujuh prinsip ini harus diterjemahkan di lapangan secara kreatif dan kontekstual. Kreatif berarti para pelaku usaha dituntut bisa menterjemahkan pelaksanaan sesuai dengan kapasitas organisasi. Sementara kontekstual berarti dibutuhkan kepiawaian manajemen organisasi dalam menetapkan program *social responsibility* yang relevan dan tepat sasaran.⁷²

1. CSR: Awalnya Sebagai Sebuah Tindakan *Voluntary*

Didasari bahwa prinsip *going concern* pada saat berdirinya suatu korporasi, maka banyak pihak berpendapat bahwa pelaksanaan CSR lebih cenderung kepada prinsip *voluntary*. Dari awal kelahirannya istilah CSR, secara fundamental didefinisikan untuk tindakan sukarela.⁷³ Terminologi “*social responsibility*”, tidak bisa diartikan dalam “*legal obligations*”. CSR mencerminkan tindakan kultural korporasi yang akan mengarahkan korporasi untuk bertanggung jawab pada persoalan sosial.

⁷¹ ISO 26000, *Guidance on Social Responsibility*, 2010, h. 5.

⁷² Ujang Rusdianto, *Cyber CSR* ... h. 14.

⁷³ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ..., h. 59.

CSR dilakukan oleh korporasi secara *voluntary* berdasarkan nilai-nilai moral dan etika bisnis, yaitu mengenai aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela dalam menjalankan bisnis.⁷⁴ Dalam praktiknya perusahaan bisa memiliki sikap yang didasarkan atas dua motif sekaligus dalam menjalankan CSR, yakni *altruisme* (mementingkan kepentingan orang lain) dan *self interest* (mementingkan kepentingan diri sendiri). Sayangnya *altruisme* belum menjadi *mainstream* oleh sebagian besar perusahaan. Motif perusahaan menyumbang seringkali tidak sepenuhnya didasarkan atas tanggung jawab moral, melainkan dalam bentuk pemberian motif: *charity* (amal atau derma), *image building* (promosi), *tax-facility* (fasilitas pajak), *security prosperity* (keamanan dan peningkatan kesejahteraan), atau bahkan *money laundering*.⁷⁵

Oleh karena tujuan utama dari korporasi adalah mencari keuntungan maka banyak pihak yang berpendapat bahwa CSR sebaiknya dengan prinsip sukarela (*voluntary*)⁷⁶ dan sudah menjadi rahasia umum hukum bisnis adalah memaksimalkan modal. Namun, hukum populer di kalangan bisnis ini mulai banyak dikritisi. Alasannya seringkali kemajuan bisnis tidak diimbangi dengan kemajuan sosial. Apalagi kesadaran mutakhir mengatakan bisnis yang tidak bisa berperan pada kemajuan sosial justru terancam keberlangsungannya. Seperti Uni Eropa dalam Kebijakan *Green Paper on Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility* menyatakan, CSR adalah tanggung jawab yang didasarkan pada prinsip sukarela (*voluntary basic*).⁷⁷ Begitu pula dengan *International*

⁷⁴ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*. (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2000), h. 33.

⁷⁵ Ujang Rusdianto, *Cyber CSR* ... h. 3.

⁷⁶ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 55

⁷⁷ Menurut Green Paper on Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility disebutkan “*CSR is concept whereby companies integrated social and environmental concerns in their business operations and their business operations and their interaction with their stakeholder voluntary basis*”, Saleem Sheikh, “Promoting Corporate Social Responsibilities Within The European Union”, *International Company and Commercial Law Review* 1 (2002). h. 143

Labour Organizational yang memberikan definisi bagi CSR sebagai inisiatif dalam ranah sukarela (*voluntary initiative*).⁷⁸

Niamh Garvey dan Peter Newel mengutip pendapat *World Bank* mengatakan bahwa CSR lebih baik selalu dalam bentuk kesukarelaan melalui pendekatan pasar daripada diatur oleh peraturan perundangan secara formal.⁷⁹ Pernyataan sejenis juga dikemukakan oleh Elkington dan Gills yang mengajukan pendekatan *laissez faire* pada konsep CSR, yaitu:

*“Corporate voluntarism and strategies of partnership, which are the heart of mainstream CSR approaches, as regarded as “win-win”, whereby the social and environmental performance of the firm is increased and corporations benefit from increased efficiency, productivity and enhanced reputation. This will be termed the “liberal” CSR approaches as it relies on a laissez faire approach to the question of business regulation”.*⁸⁰

Karena sifatnya yang *voluntary* dan ada di wilayah etika maka beberapa negara dan organisasi internasional mengatur CSR dalam *code of conduct*, (yang kemudian disebut *softlaw*).⁸¹ OECD memberikan definisi *code of conduct* dari kajian secara komprehensif yaitu: *commitments voluntary made by companies, association or other entities, which put forward standard and principles for the conduct of business activities in the*

⁷⁸ CSR is an are of voluntary initiative in which enterprises develop their own approaches that go beyond legally required action to consider the impact of their activities on their workes, communities of operation and stakeholders, Janelle Diller, United Nation Research Institute for Social Development, International Labour Office, (Switzerland: 2004), diunduh dari www.ilo.org/public/english/revue/articles/ind99.htm.

⁷⁹ Menurut World Bank, CSR lebih baik dilakukan dengan *market based approaches* are regarded as more effective solutions to environmental problems than formal “command and control mechanism, Niam Garvey and Peter Newell. Corporate accountability to the poor?: Assesing the effectiveness of community-based startegies. *IDS Working Paper 227, Institue of Development Studies Brighton, Sussex BNI 9RE England*, October, 2004. h. 2.

⁸⁰ J. Elkington, *Cannibals with Folks: The Triple Bottom Line of the Twenty First Century* (Oxford: Capstone: 1998), dan lihat S. Giil. Globalisation, market civilization and disciplinary neo-liberalism. *Millenium Journal of International Relations*, Vol 24 No 3 (2005), h. 413.

⁸¹ Ran Goel, *Guide to instrument of Corporate Responsibility: An overview of 16 tools for labour fund trustees*. Schulich, Canada’s Clobal Business School, University of Toronto Canada, (October, 2005). h. 21.

marketplace.⁸² Definisi tersebut menunjukkan bahwa kewajiban yang harus ditegakkan sendiri (*self imposed obligation*).⁸³ Sampai saat ini beberapa ahli menyatakan *code of conduct* merupakan bagian dari ranah etika dan bukannya masuk dalam lapangan hukum. *Corporate Code of Conduct*, pada dasarnya memuat nilai-nilai etika, harus dinyatakan dengan singkat dan jelas tetapi cukup rinci, guna memberikan arahan yang jelas perihal perilaku etika berusaha kepada siapa pedoman itu ditunjukkan.⁸⁴

Di sisi lain para ekonom mengingatkan bahwa ilmu sosial meliputi ilmu ekonomi, dimana seharusnya para ekonom menempatkan analisis sosial terhadap setiap aktivitas ekonomi. Efisiensi sebagai dasar aktivitas ekonomi tidak boleh mengabaikan faktor sosial.⁸⁵ Oleh karena itu, penyaluran sebagian kekayaan korporasi untuk melakukan CSR tidak perlu dipandang bertentangan dengan prinsip efisiensi.⁸⁶ Menurut Cooter, bahwa sudah tugas pemerintah untuk membuat aturan demi menciptakan kesejahteraan sosial.⁸⁷

⁸² Definisi dikutip Lundbland dari OECD ini 2001: *Corporate Responsibilities Private Initiatives and Public Goals*, Claes Ludbland, *Some Legal Dimension of Corporate Code of Conduct* (Deventer: Kluwer Law Internationa, 2005). h. 387.

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ F. Antonius Alijoyo. *Corporate Code of Conduct*. Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI), diunduh dari <http://www.fcgi.or.id>. h. 2.

⁸⁵ Menurut Florenz Plassmann ada berbagai pendekatan dalama melakukan analisis ekonomi, yaitu *Neoclassical economics is the most popular approach, at least in the united states, but it is not only one. There are also Austrian economics, Keynesian Economics, Intitusalional Economics, Ecological Economic, Feminist Economict, and Marxist Economics, to name only a few*. Florenz Plassmann, *Do Economics need to choose between efficiency and justice ?*, *Departement of Economics, Birmingham University Journal*, (April 2003), h. 1.

⁸⁶ Cooter mengatakan “*The problem partly due to studies and disiplines being narrow and thus seeing morality as something which separate and partly due to the belief that thta social and economics justice cannot be furthered without a loss of economic efficiency. This belief is challenged by binary economics which claims that it creates not only a new economics but also a new justice and a new morality because it is a market economics whose market work for everybody rather than just a few. Asummary might be a justice which creates efficiency and an efficiency which creates justice*”. Robert Cooter and Herman Selvin. *The confluence of Justice and Efficiency in the Economics Analysis of Law*. (Berkeley: University of California, December 2003), h. 5.

⁸⁷ Cooter mengatakan bahwa: “*The problem is partly due to studies and disclipines being narrow and thus seeing morality as asomething which is separate, and the partly due to the belief*

Kesejahteraan sosial dijelaskan secara filosofis oleh Francis Alapatt.

Dia Mengatakan bahwa:

“Manusia tidak bisa hidup dari motif ekonomi semata. Oleh karena itu tatanan ekonomi bertujuan untuk mewujudkan kehidupan yang layak dan manusiawi harus berpegang pada prinsip kemanusiaan yang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan manusia. Pertumbuhan materi atau kekayaan hanyalah salah satu bagian dari kesejahteraan integral. Ada sejumlah efek merusak yang ditimbulkan oleh sistem produksi modern dalam memperlakukan manusia. Adanya tuntutan efisiensi dalam produksi menyebabkan penurunan derajat manusia, karena manusia dianggap sebagai alat bagian dari mesin ekonomi. Hal ini hindarkan demi kebaikan individu maupun keberlangsungan sistem produksi. Manusia akan mampu melakukan yang terbaik dan menghasilkan sebanyak mungkin bukna ketika dia berada dalam situasi yang penuh tekanan dan tidak manusiawi. Manusia harus dianggap benar-benar sebagai individu yang penting. Seseorang manusia akan menghasilkan karya terbaiknya ketika ia mendapatkan sentuhan kasih sayang dan berada dalam iklim yang dipenuhi dengan cinta kasih.”⁸⁸

Namun demikian, para ekonom tetap akan melihat dan memprediksi akibat dari sebuah aturan pemerintah dan relevansinya dari sisi biaya. Para ekonom akan meletakkan ukuran efisiensi dan distribusi sebagai dasar yang harus dipertimbangkan. Sebab, kebijakan pemerintah (hukum) adalah baik (optimal) apabila outputnya dapat tercapai, dengan biaya serendah mungkin dan meratanya pendapatan dan kesejahteraan.⁸⁹ Artinya kewajiban hukum

*that social and economic justice cannot be furthered without a loss of economic efficiency. This belief is challenged by binary economics which claims that it creates not only a new economics but also a new justice and a new morality because it is a market economics whose market work for everybody rather than just a few, and it upholds private property but private property, again, for everybody rather than just a few. A summary might be a justice which creates efficiency which creates justice”. Robert Cooter and Helma Selvin, *The confluence of Justice* ... h. 5.*

⁸⁸ Pemikiran Fancis Alappatt ini banyak merujuk pada pemikiran Mahatma Ghandi. Francis Alapatt, *Mahatma Gandhi: Prinsip Hidup, Pemikiran Politik Dana Konsep Ekonomi*, diterjemahkan oleh S. Farida (Bandung: Nusamedia, 2005), h. 83-84.

⁸⁹ Robert Cooter and Herman Selvin, *The confluence of Justice* ... h. 6.

bagi korporasi untuk melakukan CSR harus berbanding lurus dengan biaya rendah dan pencapaian kesejahteraan.⁹⁰

Dalam pelaksanaannya, CSR berbenturan prinsip efisiensi dan hak kepemilikan terhadap proses redistribusi kekayaan, sebagai sebuah gagasan yang harus diterima untuk menciptakan keadilan sosial.⁹¹ Konsep keadilan sosial hanya dapat dimengerti apabila ada mekanisme distribusi kekayaan. Untuk itu negara perlu menyokong terjadinya redistribusi kekayaan. Salah satunya adalah mewajibkan bagi korporasi yang kaya untuk menyalurkan kembali sebagian kekayaannya kepada masyarakat melalui CSR, adalah wujud dari konsekuensi ekonomi.⁹² Konsepsi ini mirip dengan Umar Ibn Khatab;

*“....persamakan diantara manusia diantara pandangan kamu dan di majlis kamu dalam keadaan keadilan; sehingga orang yang lemah tidak putus asa dari keadilanmu dan orang yang mulia adalah yang tidak tamak dalam kezhaliman”.*⁹³

2. CSR Menjadi Aktifitas Bisnis Yang Diwajibkan (*Mandatory*)

Menurut Beth Stephens, mencari keuntungan bukanlah satu-satunya tujuan perusahaan, namun hanya sebagai bisnis utamanya. Selebihnya korporasi harus memperhatikan kepentingan sosial dan lingkungan sebagai bagian dari tujuan perusahaan.⁹⁴ Perihal ini didasarkan pada dua alasan, yaitu: (1) dampak negatif dari operasional korporasi dan (2) hubungan antara korporasi dengan masyarakat semakin kompleks, sehingga diperlukan intervensi negara dalam mengatur aktifitas korporasi.

⁹⁰ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial ...* h. 92.

⁹¹ *Ibid.*, h. 94.

⁹² Dikutip dari pendapat Hayek, dimana: *“...the attempted transformation of society as a whole into an organizational mode would seriously undermine the very economic processes that are responsible for the maintenance of contemporary living standards.* Samuel Taylor Morisson, A Hayekian Theory of Social Justice. *New York University Journal of Law and Liberty* 1 (2005). h. 239.

⁹³ Jaribah bin Ahmad Al Hritsi, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al Khatab*, (Jakarta: Khalifah, 2006), h. 418.

⁹⁴ Beth Stephens, *The Amoralty of Profit: Transnational Corporations and Human Rights*, 20 Berkeley. J. INTL LAW. 45 (2002), h. 51.

Tugas negara dalam mengintervensi dilukiskan sebagai *nightwacht state*. Segala kegiatan ekonomi diatur oleh *invisible hands* yang akan menciptakan keseimbangan antara permintaan dan penawaran secara kompetitif,⁹⁵ sehingga konsumen akan mendapatkan produk berkualitas dengan harga murah untuk tercipta kesejahteraan dalam masyarakat.⁹⁶ Seiring dengan perkembangan ekonomi kapitalis yang meminimalisir peran negara, korporasi menjadi institusi yang dominan. Menurut Niamh Garvey dan Peter Newell pengaruh dan hubungan antara korporasi dengan masyarakat menjadi semakin meningkat.⁹⁷ Hal ini menjadikan korporasi sebagai sebuah institusi yang secara langsung bertanggung jawab secara sosial terhadap kehidupan dan masa depan masyarakat tersebut.⁹⁸

Pemikiran mengenai hal tersebut awal mulanya diajukan oleh E. Merric Dodd. Dodd mengajukan konsep bahwa korporasi bekerja tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan masyarakat umum dan kesejahteraan bangsa, yang selanjutnya dikenal dengan istilah *stakeholder*. Dodd mengatakan:

*“Managers should concern themselves with the interest employees, customers, and the general public as well as of the stakeholders....the business corporation has a sosial service as well as a profit making function”.*⁹⁹

Ajaran Dodd inilah yang melahirkan *stakeholder theory*. Teori ini dibangun berdasarkan pandangan, apabila direksi korporasi hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya demi kepentingan pemegang saham, maka kemungkinan besar bisnis akan cenderung menyimpang. Perusahaan akan melakukan eksploitasi terhadap buruh dan menekan konsumen serta

⁹⁵ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* ... h. 120.

⁹⁶ Joseph Stiglitz, *Making Globalization Work: Menyiasati Globalisasi Menuju Dunia yang Lebih Adil*, PT Mizan Pustaka, 2006, h. 128-129.

⁹⁷ Niamh Garvey and Peter Newell, Corporate accountability to the poor?: Assessing the effectiveness of community based strategies, IDS Working Paper 227, Institute of Development Studies Brighton, Sussex BN1 9RE England (October 2004) h. 1.

⁹⁸ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 98.

⁹⁹ Dikutip dari Jill E Fish, *Measuring* ,... h. 634-644.

rekanan bisnis. Untuk itu tujuan mencari keuntungan dari korporasi harus diperluas juga kepada pemenuhan kepentingan *stakeholder*.¹⁰⁰ Dari pemikiran inilah banyak pihak yang mengarahkan korporasi untuk melakukan CSR sebagai tindakan yang diatur oleh hukum. *Friends of The Earth International (FoEi)* berkampanye secara keras sebaiknya CSR, sebagai hasil dari *World Summit On Sustainable Development Commitments On Corporate Social Responsibility* tersebut supaya efektif harus dirumuskan dalam suatu ketentuan hukum yang mengikat (*legally binding*) dalam bentuk *corporate accountability*.¹⁰¹

Indonesia secara tegas telah mewajibkan setiap investor untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan melalui UU. No 25 tahun 2007 dan diwajibkan bagi Perusahaan Perseroan Terbatas untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam UU No. 40 tahun 2007. Selanjutnya peraturan terakhir yang mewajibkan Persero untuk melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Tidak hanya di Indonesia, CSR juga diatur dalam peraturan perundang-undangan. Inggris adalah negara yang telah mengatur CSR yang disebut *The 2003 Corporate Social Responsibility Bill (CSR Bill)* dan juga *Companies Act 2006*. Filipina juga secara tegas mengatur CSR dalam *Senate and House of Representatives of The Philippines* dengan sebutan *Corporate Social Responsibility Act 2007*.¹⁰²

Menurut Veronica Besmer, setidaknya ada dua alasan mengapa CSR harus diatur dalam hukum negara, yaitu: *pertama*, bahwa tidak adanya kekuatan memaksa dari hukum kebiasaan atau sukarela, tanpa diratifikasi

¹⁰⁰ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis ...* h. 163.

¹⁰¹ R Edward Freeman dikutip dalam Fachry Ali dan Ihsan Ali Fauz, Kontrak Sosial Dunia dan Politik Nasional. *Majalah Usahawan*, No. 12. Th. XXVII, Desember 1998, h. 46.

¹⁰² Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial ...* h. 102-103.

dalam peraturan lokal sebuah negara. *Kedua*, bahwa prinsip sukarela yang tidak mengikat, tidak akan memberikan efek apapun secara jelas dan terukur.¹⁰³

Keterlibatan negara dalam pengaturan CSR dapat dikaitkan dengan hak penguasaan negara seperti yang dikonsepsikan dalam pasal 33 UUD 1945. Peran negara menjadi penting bagi kegiatan ekonomi yang menyangkut hajat hidup orang banyak. Konsep hak penguasaan negara dalam pasal 33 UUD 1945 didasarkan pada (a) pertimbangan demokrasi ekonomi (b) untuk menghindari penumpukan produksi dan jatuh ke tangan orang yang berkuasa dan (c) untuk menghindari penindasan terhadap rakyat banyak oleh mereka yang secara ekonomi dan politik sangat kuat.¹⁰⁴

Mukti Fajar berpendapat bahwa CSR seharusnya dilakukan oleh korporasi bersamaan dalam proses pencarian keuntungan (*monoism*).¹⁰⁵ Artinya pelaksanaan CSR adalah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam proses pencarian keuntungan. CSR harus ditunjukkan oleh korporasi dalam setiap keputusan bisnis dan strategi manajemen. Setiap keputusan bisnis, selain tidak melanggar hukum, harus pula berdasarkan etika bisnis untuk bertanggung jawab serta ikut menjaga dan memperbaiki kondisi sosial.¹⁰⁶

3. CSR dalam perpekstif Islam

Dari perspektif Islam, CSR mencakup makna yang lebih luas merangkul nilai *taqwa* dalam segala situasi, dimana setiap orang dalam

¹⁰³ Veronica Besmer, The legal Character of Private Codes of Conduct: More Than Just A Pseudo-Formal Gloss on CSR, *Hasting Business Law Journal* 2, (Winter, 2006), h. 286.

¹⁰⁴ Abrar Saleng, *Hukum Pertambangan*, (Yogyakarta Penerbit UII Press, Yogyakarta.2004) h. 34.

¹⁰⁵ *Monoism* merupakan pemikiran filosofis yang mendasarkan cara berfikir yang modern walau kadang sulit, tetapi harus selalu diupayakan. Kerja korporasi dalam mencari keuntungan melalui keputusan-keputusan bisnis, sejak awal harus menggunakan CSR sebagai dasar pertimbangannya. Tujuan mencari keuntungan harus sejalan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemikiran filosofis ini dicetuskan oleh Robert Charles Clark, *Corporate Law* (New York, Aspen Law Publisher, 1986), h. 680.

¹⁰⁶ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 113.

organisasi harus memainkan peran dan tanggung jawab sebagai insan dan khalifah dalam segala situasi.¹⁰⁷ Seseorang dengan nilai taqwa memahami bahwa peran mereka dalam kehidupan duniawi ini untuk mengelola dan mengembangkan dunia sesuai dengan prinsip dan nilai syariah. Syariah adalah sistem etika dan nilai mencakup semua aspek kehidupan termasuk personal, sosial, politik, ekonomi dan dimensi intelektual manusia yang tidak dapat dipisahkan atau diisolasi dari keyakinan dasar, nilai-nilai dan tujuan Islam.¹⁰⁸ Misalnya, aspek ekonomi atau perdagangan tidak dapat dipisahkan dari aspek moral dan spiritual. Ini kode terpadu hidup yang lengkap akan dilaksanakan sekarang dan akhirat. Sebagai *shariah corporate compliance*, semua kegiatan harus dipatuhi dan mencapai tujuan Sha'riah. Tujuan (*maqasid*) dari Sha'riah adalah:

*“ to promote the well-being of all mankind, which lies in safeguarding their faith (din), their human self (nafs), their intellect (aql), their posterity (nasl) and their wealth (mal). Whatever ensures the safeguard of these five serves public interest and is desirable ”*¹⁰⁹

Lima nilai dari tujuan diatas harus menjadi dasar untuk setiap *Shariah Compliant Companies* dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk CSR. Selain itu, dapat membantu untuk memfasilitasi peningkatan dan kesempurnaan hidup manusia di dunia ini dan akhirat. Dalam Alquran (Q.S. Yunus: 57), Syariah telah digambarkan sebagai penyembuhan, serta petunjuk dan rahmat bagi umat manusia.

Oleh karena itu, prinsip-prinsip inti dari CSR perspektif Islam yang berasal dari Alquran dan Sunnah, sedangkan prinsip-prinsip dasar utama CSR di perspektif Islam *unity* (kesatuan), *vicegerency and trusteeship* (khalifah dan amanah), *justice and equilibrium* (keadilan dan

¹⁰⁷ Dusuki, A.W.. What Does Islam Say about Corporate Social Responsibility?. *Review of Islamic Economics*, Vol.12, No. 1 (2008), h. 17.

¹⁰⁸ S. Ziauddin, .Islam, Postmodernism and Other Futures: A Ziauddin Sardar Reader (London: Pluto Press, 2003) h. 7

¹⁰⁹ Menurut Imam al-Ghazali yang dikutip dari Chapra, M.U. *The Future of Economics: An Islamic Perspectives* (Leicester: The Islamic Foundation, 2000), h. 118.

keseimbangan) dan *right and responsibilities* (hak dan tanggung jawab).¹¹⁰ Prinsip-prinsip dasar di atas harus menjadi pedoman bagi *shariah compliant companies* dalam setiap kegiatan yang dilakukan.

a. Unity

Ke-Esaan Allah Swt. adalah prinsip pertama dalam Islam. Allah Swt. adalah satu dan benar-benar satu-satunya yang menciptakan bumi dan alam semesta. Alquran dalam Q.S Al Hadid (57: 5) menyatakan bahwa Allah Swt. adalah pemilik utama dari segala sesuatu di bumi dan alam semesta dan manusia pada akhirnya bertanggung jawab kepada Allah. Ini berarti bahwa dengan menerima Keesaan Allah Swt., semua kegiatan komersial harus sesuai untuk prinsip dan nilai syariah.¹¹¹

b. Vicegerency dan Trusteeship

Manusia adalah khalifah (khalifah) atau wakil Allah Swt. di bumi. Sebagai khalifah atau pemimpin dalam organisasi, mereka memiliki tanggung jawab yang besar untuk memanfaatkan atau mengelola sumber daya dari Allah Swt. seperti kepemilikan, kekayaan, keahlian, kemampuan, posisi, dan kekuasaan. Selain itu, mereka juga harus memposisikan diri sebagai pengelola sumber daya, memegang properti dan memanfaatkan semua fasilitas yang diberikan dari Allah untuk memberikan kemampuan yang terbaik untuk menciptakan nilai tambah yang maksimal di dalam organisasi itu sendiri dan juga untuk seluruh masyarakat.¹¹² Dengan demikian, perusahaan akan mencapai berkah dari Allah

¹¹⁰ U.K. Mohammed Shamim and K. Md. Nesarul, Corporate Social Responsibility: Contemporary Thought and Islamic Perspectives, *Journal of Thought on Economics*, Vol.21, No.01, 2011, h. 52

¹¹¹ Ross Haniffa, Hudaib, M.A. and Malik, A.M. (2002). Accounting Policy Choice within the Shari'ah Islami'iah Framework. www.ex.ac.uk/sobe/research/discussionpaper, 10 Oktober 2016, h. 24.

¹¹² B. Bardai. Ethical Responsibility and The Role of CEOs and Board of Directors in Business Corporations: An Islamic Perspective. Institute of Islamic Understanding Malaysia. .,2002, h. 85.

dan akan mencapai kebahagiaan/kemuliaan di dunia ini dan di akhirat.¹¹³

c. *Justice dan Equilibrium*

Menurut Parvez, manusia mempunyai kedudukan yang sama dan interaksi yang terbangun di antara mereka harus didasarkan pada kepercayaan, kesetaraan dan keadilan.¹¹⁴ Dalam Islam, semua orang adalah khalifah (khalifah). Dalam rangka memenuhi peran mereka sebagai khalifah, mereka harus berkolaborasi dan saling mendukung, jujur, tulus, terus janji-janji dan benar dalam urusan bisnis mereka. Pada saat yang sama, menegakkan keadilan di semua tingkat kehidupan baik secara pribadi, umum, hukum sosial, ekonomi, politik, nasional dan internasional tanpa membuat diskriminasi sangat penting. Bahkan Alquran juga menekankan keadilan di semua level kehidupan. Berdasar atas Alquran (4: 135) melalui keadilan, Islam ingin membangun keseimbangan dengan memperlakukan orang secara adil dan adil dalam distribusi upah tanpa diskriminasi, pemenuhan hak dan kewajiban dengan menghilangkan kelebihan dan perbedaan dalam semua bidang kehidupan. Melalui prinsip keadilan dan keseimbangan, organisasi dapat membuat hidup harmonisasi antara masyarakat.

d. *Right dan Responsibilities*

Setiap individu bertanggung jawab dan bertanggung jawab atas tindakannya sendiri. Mereka bebas atau memiliki hak untuk mengarahkan hidup mereka sendiri karena telah dikaruniai intelektual untuk memilih sesuatu hal yang etis atau tidak etis .

¹¹³ Syahiza Arsad, Roshima Said, Haslinda Yusoff, Yusuf Haji-Othman dan Rahayati Ahmad. The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: Empirical Evidence from Shari'ah Compliant Companies. *European Journal of Business and Management* vol.6, No.36, 2014, h. 163.

¹¹⁴ Z. Parvez, *Building A New Society: An Islamic Approach to Social Change*, The Islamic Foundation, (Leicester: UK, 2000), h. 39.

Hak-hak ini namun selalu harus sesuai dengan aturan dan etika Sha'riah serta melestarikan dan melindungi kepentingan kolektif kesejahteraan.¹¹⁵

Prinsip-prinsip Islam bertindak sebagai perspektif teoritis fondasi penelitian. Menurut Mohammed Shamim dan Md. Nesarul, dimensi CSR kontemporer dan Islam Sha'riah memiliki tujuan umum, yaitu untuk mencapai manfaat dan mencegah bahaya dalam masyarakat.¹¹⁶ Dusuki dan Nurdianawati melakukan penelitian pada evolusi CSR dan mereka menemukan bahwa teori humanistik Barat 1 (teori humanistik Barat lebih selaras dengan pendekatan materialistis hidup daripada dengan masalah etika). kurang dari dasar yang kuat atau membimbing prinsip etika dan moralitas dalam melakukan kegiatan CSR.¹¹⁷ Temuan ini konsisten dengan Humber, dan ia berpendapat bahwa:

*“we should abandon the quest to develop a special moral theory for use in business and we should not attempt to impose the use of any moral theory upon business, but rather should allow corporation to determine their moral responsibility in any way they see fit.”*¹¹⁸

Akibatnya, mereka menemukan teori humanistik Barat yang tidak memiliki pedoman etika memadai untuk para eksekutif

¹¹⁵ Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor, Stakeholders Model Of Governance In Islamic Economic System, *Islamic Economic Studies*, Vol. 11, No. 2, March 2004, h. 59.

¹¹⁶ U.K. Mohammed Shamim and Md. Nesarul K., Corporate Social Responsibility ... h. 53.

¹¹⁷ A. W. Dusuki and I.A. Nurdianawati, Maqasid al-Shari'ah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences* 24:1. 2007, h. 337.

¹¹⁸ Pada intinya Humber mentiratkan bahwa "Kita harus meninggalkan upaya untuk mengembangkan teori moral khusus untuk digunakan dalam bisnis dan kita tidak harus berusaha untuk memaksakan penggunaan setiap teori moral pada bisnis, melainkan harus memungkinkan perusahaan untuk menentukan tanggung jawab moral mereka dengan cara apapun yang mereka lihat cocok". J.M Humber, Beyond Stockholder and Stakeholder: A Plea for Corporate Moral Autonomy, *Journal of Business Ethics* 36, no.3 (2002), h. 215.

bisnis dan menciptakan dilema bagi mereka untuk memutuskan cara untuk dijadikan praktek dan komitmen.

Berbeda dengan teori humanistik Barat, Islam sangat menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan umum dan itu konsisten dengan tujuan serta dasar pemikiran dari syariat yang mempromosikan masalah (manfaat) dan memukul mundur yang membahayakan rakyat. Al Khawarizmi didefinisikan masalah sebagai pelestarian Maqasid Al-Shariah.¹¹⁹

Menurut Al-Ghazali masalah didefinisikan sebagai ekspresi untuk akuisisi manfaat dan tolakan dari bahaya dengan pelestarian tujuan dari syariah.¹²⁰ Sementara Ibn Ashur digambarkan masalah sebagai tertinggi kebenaran dan kebaikan tindakan yang selalu memberikan manfaat kepada masyarakat atau individu.¹²¹ Imam Al-Shatibi mengklasifikasikan masalah dalam tiga kategori yaitu; *daruriyat* (yang penting), *hajiyyat* (komplementer) dan *tahsiniyat* (hiasan).¹²² Menurut Dusuki dan Nurdianawati, tiga kategori ini mencerminkan tingkat yang berbeda dari tanggung jawab pemenuhan dan pengambilan keputusan serta dapat diterapkan dalam dimensi CSR.¹²³

Tabel 3
Konsep Masalah dan Aplikasinya

<i>Maslahah</i>	<i>Description</i>	<i>Management Expectation</i>	<i>Example</i>
<i>Essentials</i> (<i>Daruriyat</i>)	Hal ini diperlukan sangat diperlukan dalam mempertahankan dan	Melestarikan dan melindungi para <i>stakeholder</i> terhadap	• Menyediakan tempat ibadah yang memadai,

¹¹⁹ Al-Shawkani. *Irshad al-fuhul*, 7 Edition (Beirut: Mu'assasat al-Kutub al-Thaqafiyah. 1995).

¹²⁰ Abu Hamid Muhammas ibn Muhammad Al- Ghazali,. *Al-Mustafa* (Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi. 1997).

¹²¹ dikutip dari Syahiza Arsad *et al*, The Relationship ... h. 164.

¹²² A. W. Dusuki and I.A. Nurdianawati, Maqasid al-Shari'ah ... h. 32.

¹²³ *Ibid*.

	melestarikan lima prinsip Maqasid Al-Syariah. Tanggung jawab paling dasar yang harus dipenuhi.	kebutuhan penting (agama, jiwa, intelektual, keturunan dan harta) dan publik pada umumnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan keamanan dan kerja yang sehat bagi karyawan
<i>Complementary (Hajiyyat)</i>	Membantu untuk menghilangkan kesulitan dan hambatan. Jika diabaikan, hal itu akan menyebabkan kesulitan tetapi tidak untuk total gangguan kehidupan normal.	Untuk menghapus kesulitan yang mungkin tidak menimbulkan ancaman bagi kelangsungan hidup urutan normal.	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pelatihan dan peningkatan kualitas program manusia.
<i>Embellishments (Tahsiniyyat)</i>	Hal ini mengacu pada kepentingan yang realisasinya mengarah kepada perbaikan dan kesempurnaan terkait kebiasaan dan perilaku orang-orang di semua tingkatan pencapaian kinerja .	Terlibat dalam kegiatan atau program yang dapat meningkatkan dan mencapai kesempurnaan hidup masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan amal atau sumbangan kepada orang miskin dan yang membutuhkan • Menawarkan beasiswa

Sumber: Dusuki and Nurdianawati (2007)¹²⁴, h. 31-33 dengan modifikasi oleh penulis.

Tabel di atas menunjukkan penerapan masalah dalam kegiatan CSR. *Daruriyat* adalah tingkat terendah dan tanggung jawab yang paling dasar yang harus dipenuhi oleh melestarikan dan melindungi kebutuhan penting *stakeholders* yaitu iman (*din*), kehidupan (*nafs*), kecerdasan (*aql*), keturunan (*nasl*) dan properti (*mal*). Setelah tingkat *daruriyat* telah terpenuhi, perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan pemenuhan mereka tanggung jawab sosial ke tahap yang lebih baik yang *hajiyyat*. Islam juga memotivasi muslim untuk terus dan konsisten berjuang untuk unggul dan mendapatkan kenikmatan serta pahala yang lebih baik dari Allah.¹²⁵

Sementara di tingkat *tahsiniyat*, perusahaan diharapkan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial mereka yang dapat

¹²⁴ *Ibid.*, h. 32-33.

¹²⁵ H. Mohd Kamal, Worldview Orientation and Ethics: A Muslim Perspective. In *Ethics in Business and Management Islamic and Mainstream Approaches* (London: Asean Academic Press, 2002), h. 85.

menyebabkan peningkatan dan mencapai kesempurnaan hidup masyarakat. Ketiga kategori masalah saling tergantung antara satu sama lain dan dapat membantu untuk memecahkan banyak masalah kepada perusahaan itu sendiri dan juga untuk negara atau negara. Perusahaan perlu terlibat dan mengelola kegiatan mereka sesuai dengan prioritas dan tidak dapat fokus pada mencapai hiasan (*tahsinīyat*) sementara membahayakan kebutuhan penting (*daruriyat*) orang. Sementara, *maqasid al-syariah* harus ditegakkan setiap saat ketika melakukan kegiatan (baik itu untuk pribadi atau publik). Selanjutnya, dalam rangka memastikan klien mereka telah terpenuhi kebutuhan spiritual dan duniawi yang pada akhirnya berefek pada berkah dari Allah Swt.¹²⁶

Pada dasarnya Islam bertujuan untuk melindungi orang-orang (umat), sehingga *masalah* dan *maqasid al-syariah* memberikan unsur petunjuk yang relevan dengan etika dan kerangka tata kelola perusahaan yang baik, di mana komitmen harus diambil dalam rangka untuk mencapai manfaat dan menghindarkan bahaya bagi umat manusia. Akibatnya, pelaporan CSR juga akan menggambarkan citra perusahaan yang berbasis syariah.¹²⁷

4. *Islamic Position in Corporate Social Responsibility Continuum*

Untuk menggambarkan posisi Islam berkaitan dengan konsep tanggung jawab perusahaan, bermanfaat untuk mempertimbangkan tanggung jawab perusahaan sebagai sebuah rangkaian mulai dari sikap tidak bertanggung jawab sampai tingkatan *taqwa-sentris*. Kontinum ini diilustrasikan memiliki lima tingkat yang cukup berbeda: *irresponsible*,

¹²⁶ S. Ruslinda, Realising Maqasid Al-Shariah in Islamic Financial Planning. *The 4E Journal Islamic Finance* (January-March, 2011) h. 13-17.

¹²⁷ Syahiza Arsad *et al*, The Relationship ... h. 165.

minimalist, apathy, startegic dan *taqwa-centric*. Berikut uraian singkat untuk setiap tingkat dalam *Social Report Continuum*.¹²⁸

Tabel 4
Corporate Social Responsibility Continuum

Level	Deskripsi
<i>Level 1 Irresponsible</i>	Situasi ekstrem yang menggambarkan perilaku perusahaan yang tidak bertanggung jawab dan bahkan melanggar standar moral minimum yang dipersyaratkan oleh undang-undang. Tindakan semacam itu berbeda dari kecurangan, salah mengartikan pernyataan akuntansi, periklanan palsu, membuang limbah beracun di daerah pemukiman, melanggar undang-undang dan hak perlindungan karyawan seperti kesehatan, keselamatan kerja, upah kerja, jam kerja dan masalah ketenagakerjaan lainnya untuk merusak lingkungan dan menyalahgunakan hak asasi manusia lainnya.
<i>Level 2 Minimalist</i>	Perusahaan dalam kategori ini mematuhi persyaratan minimum undang-undang yang memberlakukan tanggung jawab. Di luar kepatuhan hukum, mereka hanya terlibat dalam beberapa kegiatan yang dilabeli sebagai <i>voluntary activities</i> atau lebih spesifik lagi aktivitas yang dianggap altruistik atau filantropis. Satu-satunya tujuan utama perusahaan semacam itu adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan pemegang saham
<i>Level 3 Apathy</i>	Perusahaan pada tingkat ini beroperasi dalam lingkup UU, pada saat yang sama berkomitmen terhadap tanggung jawab etis (wajib) yaitu melakukan bisnis secara moral, melakukan apa yang benar, adil dan adil, dan menghindari kerugian. ¹²⁹ Partisipasi mereka dalam kegiatan tanggung jawab sosial lainnya seperti bersikap altruistik dan filantropi. Dalam beberapa kasus, motifnya berorientasi pada keuntungan seperti menambahkan manfaat bagi karyawan untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang sangat terampil. Oleh karena itu, kita dapat memberi label perilaku seperti sikap apatis atau ketidakpedulian dalam artian tidak ada upaya strategis dari pihak perusahaan
<i>Level 4 Strategic</i>	Perusahaan dalam kategori ini memenuhi tanggung jawab sosial mereka, termasuk tanggung jawab filantropi atau altruistik seperti memberikan kontribusi sukarela kepada masyarakat, memberikan waktu dan uang untuk pekerjaan baik yang mereka anggap dapat memberi manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang, melalui publisitas dan niat baik yang positif, Sehingga meningkatkan reputasi perusahaan dan akhirnya mengamankan keuntungan jangka panjangnya.

¹²⁸ A.W. Dusuki, What Does Islam Say, h. 17.

¹²⁹ Geoffrey P Lantos, 2001. The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Marketing* 18 (7), h. 598.

Level 5 Taqwa-centric	Perusahaan pada tingkat ini mewujudkan tanggung jawab sosial mereka berdasarkan keyakinan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial terlepas dari konsekuensi keuangan, positif atau negatif. Keyakinan ini menjadi pandangan dalam Islam, yang dipandu oleh Shar'ah. Komitmen mereka terhadap masyarakat adalah manifestasi paradigma taqwa atau kesadaran Tuhan, yang juga mencerminkan pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip Islam seperti <i>vicegerency</i> atau <i>trusteeship and justice</i> . Inilah posisi moral dengan urutan tertinggi yang mewakili pandangan Islam tentang tanggung jawab sosial perusahaan
----------------------------------	--

Sumber: Dusuki, 2008¹³⁰

E. Ruang Lingkup CSR

1. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Dalam Arti Sempit

Kajian mengenai perkembangan CSR dalam arti sempit akan dimulai dengan melihat perkembangan CSR terhadap karyawan. Dilanjutkan dengan perkembangan ruang lingkup CSR terhadap *stakeholder*¹³¹ dan masyarakat umum.¹³²

a. Tanggung Jawab Sosial Kepada Karyawan

Pada awal industrialisasi, baik di Eropa maupun di Amerika, keberadaan dan kondisi tenaga kerja tidak mendapatkan perhatian dan perlindungan. Tenaga kerja diperas habis-habisan dan diperlakukan seperti budak, hingga muncul istilah perbudakan modern (*modern slavery*).¹³³

Pada waktu itu tidak ada peraturan jam kerja, usia pekerja, keselamatan kerja, sistem upah dan perlindungan hak-hak tenaga kerja lainnya.¹³⁴ Tenaga kerja diperlakukan bagaikan mesin dan

¹³⁰ *Ibid*

¹³¹ *Stakeholder* dalam penulisan ini hanya dibatasi pada konsumen dan mitra kerja (rekanan, kreditor dan *supplier*).

¹³² Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 195.

¹³³ Georgina Vaz cabral, *Comparative National Action Againsts Modern Slavery: The Domestic Workers Issue: Belgium, Spain, France, Italy*, translated by Florence Tamerlo, *Daphne Initiative JAH/98/DAF/215, Commission European* (1998), h. 1.

¹³⁴ Marleen A. O'Connor, Corporate Social Responsibility For Work/Family Balance, *Saint John's Law Review* 79 (Fall 2005): h. 1200-1201.

bagian dari sistem produksi yang dapat dieksploitasi secara sewenang-wenang oleh pemilik modal.¹³⁵ Pekerja diberlakukan dengan kasar dengan kondisi kerja yang memprihatinkan dan tidak diberikan fasilitas keselamatan kerja yang aman (*sweatshop workers*).¹³⁶ Max Webber sebagai salah satu pemikir sosiologi terkenal juga mengamati bahwa sistem kapitalisme telah melanggar hak-hak sosial para pekerja.¹³⁷

Banyaknya gugatan dari para pemikir, proses industrialisasi di Eropa dan Amerika mulai memperhatikan hak-hak pekerja. Di Inggris misalnya, diundangkan pembatasan jam kerja menjadi 10 jam perhari, yang dikenal dengan *The Ten Hours Bill (1846)*.¹³⁸

Pada saat ini, isu mengenai perlindungan tenaga kerja terkait dengan CSR mulai dihubungkan dengan isu Hak Asasi Manusia.¹³⁹ Seperti yang tertulis dalam *The Universal Declaration of Human Right and The Civil and Politics Right International Covenant State* yaitu: *No one Shall be held in slavery nor in servitude; all forms of slavery and the trade of slaves are prohibited*.¹⁴⁰

¹³⁵ Georgina Vaz Cabral, *Comparative National Action Againts Modern Slavery ...* h. 2.

¹³⁶ Daniel E. Bender and Richard A. Greenwald, *Sweatshop USA: The American Sweatshop in Historical and Global Perspective*, (New York: Routledge, 2003), h. 78.

¹³⁷ Max Webber, *Etika Protestan dan Spirit Kapitalisme*, diterjemahkan oleh TW Utomo (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 21.

¹³⁸ Undang-undang ini muncul berkat perjuangan kaum sosialis yang mendesak pembatasan jam kerja dan penggunaan kerja anak dibawah. Frederick Engels, *The English Ten Hours Bill*, *MECW Volume 10* (Maret, 1850), h. 288. Lihat Judy Fudge, *The New Discourse Of Labor Right: From Social to Fundamental Right?*, *Comparative Labor Law and Policy Journal* 29 (Fall 2007), h. 30.

¹³⁹ Claire Moore Dickerson, *Human Right: The Emerging Norm of Corporate Social Responsibility*, *Tulane Law Review* 76 (June 2002), h. 1444.

¹⁴⁰ Georgina Vaz Cabral,...h. 2.

Namun upaya ini perlu mendapat dukungan global secara serempak oleh setiap negara, seperti dikatakan oleh Michael Hopkins dan Ivor Hopkins:

*There is a need for a worldwide compact, or planetary bargain between the private and public sectors to prevent a slide to the lowest common denominator of production going to the cheapest labour companies where labour conditions are poor and exploitative.*¹⁴¹

Gagasan ini tidak mudah dilakukan, karena adanya latar belakang sistem hukum, politik dan sosial yang berbeda antar negara, sehingga mendapat hambatan secara teoritis maupun praktis. Tetapi secara prinsip, gerakan sosial untuk perbaikan kehidupan masyarakat akan menjadi isu yang didukung oleh semua bangsa.¹⁴²

Usaha perbaikan hak-hak pekerja perlu dilakukan karena “tempat kerja merupakan sebuah persimpangan hidup (*crossroad of life*) dari para pekerja. Tempat kerja bukan hanya untuk bekerja, tetapi merupakan tempat bersosialisasi dari sebuah komunitas. Oleh karena itu kepentingan pekerja perlu memperhatikan, tidak hanya pada urusan pekerjaan saja, tetapi juga berbagai pelayanan sosial.”¹⁴³

Isu perlindungan hak-hak pekerja ini, bukan saja menjadi bahasan dalam level lokal (negara), tetapi juga menjadi bahan diskusi pada level regional maupun global. *The Organization For Economic Co-Operation And Development* (OECD) membuat panduan yang dikenal dengan istilah *The Guidelines for Multinational Enterprises* yang direvisi terakhir tahun 2000.

¹⁴¹ Michael Hopkins and Ivor Hopkin. *Labour Standards* ... h. 1-2

¹⁴² Balakrishnan Rajagopal, International Law and Social Movement: challenges of theorizing resistance, *Columbia Journal of Transnational Law* 41 (2003), h. 402.

¹⁴³ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial* ... h. 9.

Guidelines tersebut memaparkan mengenai kerangka kerja yang dapat diaplikasikan kedalam hukum atau peraturan perundangan yang terkait berbagai isu, yang salah satunya mengenai hubungan ketenagakerjaan dan hubungan (*employment and industrial relations*).¹⁴⁴ Tetapi menurut Cynthia A. Williams, dalam era globalisasi ekonomi, korporasi akan dihadapkan pada persaingan yang ketat. Fenomena ini akan menuntut korporasi untuk melakukan efisiensi dalam setiap proses produksi. Perusahaan perusahaan negara maju seperti Amerika, Jepang dan Eropa akan berusaha untuk melakukan *offshore* ke negara yang memberikan upah minimum lebih rendah dibandingkan di negara asal mereka.¹⁴⁵ Hal ini memberikan dampak negatif dalam pelaksanaan CSR bidang ketegakerjaan. Sebab secara umum, negara berkembang sangat mengharapkan adanya investasi asing, sehingga pemerintah negara berkembang akan mempermudah atau melonggarkan beberapa regulasi dan kebijakan khususnya terhadap persoalan hak-hak tenaga kerja agar menarik investor.¹⁴⁶

Cynthia A. Williams mengingatkan, seharusnya korporasi juga tetap memperhatikan aspek *fair competition* dengan memberikan upah yang layak bagi tenaga kerja di negara berkembang. Persoalannya sekarang ini banyak korporasi (asing) tetap memberikan upah yang lebih rendah di negara berkembang karena dianggap sebagai *unskilled* dan *semi-skilled*, sehingga tidak bisa disamakan dengan tenaga kerja di negara maju yang lebih

¹⁴⁴ The Organization For Economic Co-Operation And Development (OECD) Guidelines for Multinational Enterprises, REVISION 2000 diunduh dari www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf.

¹⁴⁵ Cynthia A. Williams, Corporate Social Responsibilities in An Era of Economic Globalization, Article for Symposium: Corporations Theory and Corporate Governance Law, *U.C. Davis Law Review* 35 (February: 2002), h. 731.

¹⁴⁶ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 205.

terampil dan terdidik.¹⁴⁷ Persoalan ini menjadi catatan Joshep E. Thurman, bahwa posisi tawar para pekerja Asia, khususnya di negara ASEAN sangat tidak seimbang jika berhadapan dengan korporasi atau investor asing, sebab kebutuhan tenaga kerja meningkat secara signifikan.¹⁴⁸ Fakta-fakta ini memerlukan peran dari kebijakan ketenagakerjaan untuk meningkatkan posisi yang lebih baik dalam keterlibatan pengambilan keputusan. Tenaga kerja tidak hanya menjadi bagian proses produksi, tetapi harus diletakkan sebagai prioritas utama dalam pembangunan ekonomi secara luas.¹⁴⁹

James D. Wolfenson direktur World Bank memberikan komentar tentang persoalan ketenagakerjaan adalah *"the key to economic and social progress everywhere...this is more than economic issues, it is at heart of human development"*.¹⁵⁰

Secara teoritis hal ini sangat luar biasa, tetapi tidak selalu dalam praktiknya. Di negara berkembang seperti Indonesia misalnya, berbagai peraturan-peraturan ketenagakerjaan telah menunjukkan esensi yang pro tenaga kerja, namun masih banyak praktek-praktek yang menegaskan posisi tenaga kerja. Baik dalam sistem pengupahan maupun perlindungan hak-hak kerja lainnya. Ini terbukti masih banyaknya demonstrasi buruh yang menuntut perbaikan upah dan perlindungan kerja. Secara normatif sesungguhnya di Indonesia standar perlindungan bagi tenaga kerja telah diatur dalam BAB X UU No. 13 tahun 2003 tentang

¹⁴⁷ Cynthia A. Williams, ... h. 731.

¹⁴⁸ Joshep E. Thurman, Employment, Labour Standard and Social Clause, dalam kumpulan jurnal *ASEAN in the WTO: Challenges and Responses*. (Ed) Chia Siow You dan Joseph LH Tan, Institute of Southeast Asian Studies (1996), h. 28.

¹⁴⁹ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 207.

¹⁵⁰ James D Wolfenson dalam Joshep E. Thurman, Employment ... h. 30.

ketenagakerjaan (UU Ketenagakerjaan). Dalam undang-undang ini secara rinci disebutkan pada pasal 67 sampai 101.¹⁵¹ Secara umum pasal-pasal tersebut mengatur mengenai perlindungan bagi tenaga kerja anak, perempuan, penyandang cacat, pembatasan waktu kerja, keselamatan, kesehatan kerja, serta pengupahan dan kesejahteraan.¹⁵²

Jika dikaitkan dengan konsep CSR sebagai *improving the quality of life of the workforce and their families*¹⁵³, maka peraturan perundangan tentang tenaga kerja di Indonesia dapat dikatakan telah memenuhi kriteria tersebut. Walaupun masih terbatas hanya pada kesehatan keluarga pekerja saja, belum menyentuh persoalan kebutuhan dasar lainnya seperti pendidikan dan tempat tinggal yang layak. Artinya, konsepsi CSR dalam ruang lingkup ketenagakerjaan secara parsial telah diatur dalam hukum ketenagakerjaan di Indonesia. Ada pendekatan mutakhir terhadap pemberian kesejahteraan atas hak pekerja dalam konteks CSR, yaitu memberi akses kepemilikan perusahaan oleh karyawan (*Employee Stock Option Plan/ESOP*).

Konsep ESOP ini memberikan kesempatan bagi karyawan untuk ikut memiliki sebagian perusahaan. Pendekatan ini dilakukan untuk terjadinya *simbiosis mutualisme* antara

¹⁵¹ Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan pada BAB X dibahas mengenai Perlindungan, Pengupahan dan Kesejahteraan.

¹⁵² Perlindungan bagi tenaga kerja penyandang cacat diatur dalam pasal 67, tentang anak dalam pasal 77-85, keselamatan dan kesehatan kerja diatur dalam pasal 86-87, serta pengupahan dan kesejahteraan dalam pasal 88-101 Undang Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

¹⁵³ Lihat pengertian CSR dari *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu *Corporate Social Responsibility is the Continuing Commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the at large*, World Bank Commitment Sustainable Development (WBCSD), "Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense, 2000 diunduh dari <http://www.wbcsd.org/DocRoot/1unSPdiKvmYH5HjbN4XC/csr2000.pdf>

kepentingan karyawan dengan kepentingan perusahaan. *Gap* kepentingan antara tenaga kerja dan korporasi dapat dieliminasi karena tenaga kerja secara mendasar mempunyai kepentingan yang sama dengan direksi dan pemegang saham.¹⁵⁴ Karyawan termotivasi untuk giat bekerja supaya produktifitas korporasi meningkat dan di sisi lain karyawan akan mendapatkan bagian keuntungan atas laba perusahaan.¹⁵⁵ Model ESOP di Indonesia belum begitu familiar, tetapi bukan berarti tidak ada. Sebagian kecil perusahaan (yang tergabung dalam JII juga telah menerapkannya, PT Telkom Tbk. merupakan satu dari sedikit perusahaan di Indonesia yang menerapkan kebijakan kepemilikan saham perusahaan bagi karyawan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap komitmen organisasi di PT Telkom Tbk. Selain itu ada PT Jasa Marga Tbk., dimana pada perusahaan ini sebagian besar pemiliknya adalah karyawannya.¹⁵⁶

Secara ekonomis model ini akan memberikan perhitungan biaya yang lebih efisien dan sekaligus dapat memberikan insentif bagi para pekerja. Beberapa hal terkait keuntungan menerapkan ESOP yaitu¹⁵⁷:

1. *The Costs of Contracting and Worker Gains from Employee Ownership*
2. *The Costs of Capital and the Costs of Employee Ownership*

¹⁵⁴ Lewis D. Solomon dan Kathleen J., Humanistic Economics: A New Model for The Corporate Social Responsibility Debate, *Journal of Corporate Law* 12 (Winter, 1987), h. 346.

¹⁵⁵ Adithi Bachi, Varietas of Employee Owneship: Some Unintended Consequences of Corporate Law and Labor Law, *University of Pennsylvania of Business and Employment Law* 10 (Winter 2008), h. 306.

¹⁵⁶ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial ...* h. 213

¹⁵⁷ Adithi Bachi, Varietas of Employee Owneship ...h. 312-314

3. *The Costs of Collective Decision making ang the Feasibility of Control*

Kepemilikan saham oleh karyawan dan berbagai bonus dan penghargaan di atas telah masuk pada konsep CSR, yaitu adanya perhatian dan peningkatan terhadap kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya, termasuk juga mereka yang telah purna tugas.

b. **Tanggung Jawab Sosial Kepada Stakeholder**

Salah satu definisi dari istilah *stakeholder*, yang secara umum kita terima dari R. Freeman. Dia menjelaskan bahwa, *[a] stakeholder...is any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives.*¹⁵⁸ *Stakeholder* sebagai pihak yang perlu diperhatikan kepentingannya secara umum didasarkan pada teori *stakeholder*. Teori ini oleh Benedict Sheehy dirumuskan berdasarkan empat poin argumen:

First, They advocate that the corporation is a concession from the goverment and an indpendent entity in itself. If the corporation is a government grant and not simply an acknowledgement has a right to control and define the proper purposes and structure of the corporation.

Second, Stakeholder theorists argue that the corporation should be governed by those affected by the decisions and actions of the corporation. this view is discussed as the political view of the corporation. essentially, the argument derives from basic democratic theory.

Third, These theorists believe that the best way to govern the corporation is Having decision making structures in place that permit those affected by the decisions at least a voice, if not some control, on the decisions made.

Fourth, the theorist contend that the corporation should be governed in a way that promortes the overall social

¹⁵⁸ Benedict Sheehy, Scrooge-The Reluctant Stakeholders: Theoretical Problems in The Shareholder-Stakeholder Debate, *University of Miami Business Law Review* 14 (Fall/Winter, 2005), h. 198.

Dari berbagai pendapat diatas maka siapa saja yang dikategorikan sebagai *stakeholder* menjadi sangat luas. Untuk itu penulisan ini perlu diberi batasan mengenai *stakeholder* sebagai pihak-pihak eksternal yang ikut mempengaruhi jalannya korporasi. Pihak-pihak tersebut baik langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi yaitu konsumen dan mitra kerja.

1) Konsumen

Hubungan hukum antara konsumen dengan perusahaan lahir secara kontraktual, yaitu konsumen menggunakan atau mengkonsumsi produk barang atau jasa dari produsen. Artinya pelaku usaha hanya dapat dimintai pertanggungjawaban hukum sepanjang ada hubungan kontraktual dengan konsumen. Hubungan kontraktual tersebut muncul baik secara formal dalam perjanjian tertulis maupun secara informal, yaitu ketika konsumen mengkonsumsi produk yang dijual oleh pelaku usaha.¹⁵⁹

Hak-hak konsumen di Amerika pertama kali diperjuangkan oleh Presiden John F. Kennedy melalui *Consumers Bill of Right 1962*. Perlindungan konsumen dalam peraturan tersebut memberikan beberapa hak kepada konsumen, yaitu:

- a) *Right to choose*
- b) *Right to safety*
- c) *Right to be informed*
- d) *Right to be heard*
- e) *Right to be satisfaction of basic needs*

¹⁵⁹ Abdul Hakim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Lampung: FH UnLam Press, 2008) h. 85.

- f) *Right to redress*
- g) *Right to be consumer education*
- h) *Right to a healthy environment*

Selanjutnya untuk penegakan hukum dalam perlindungan konsumen pemerintah Amerika mendirikan *Federal Trade Commision* (FTC) dan *Federal Communication Commission* (FCC).¹⁶⁰ Beberapa hak konsumen dari *Consumer Bill of Right* 1962 tersebut mengilhami bagi peraturan hak konsumen di Indonesia, jika diamati dari Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Konsumen).

Menurut Adela Cortina ada tiga nilai yang penting menjadi tanggung jawab konsumen, yaitu: (1) tanggung jawab pada dirinya sendiri (2) tanggung jawab untuk berpartisipasi mempengaruhi konsumen lainnya (terhadap adanya produk yang merugikan), dan (3) tanggung jawab untuk berpartisipasi mempengaruhi lembaga terkait, baik level lokal maupun global.¹⁶¹

Dari UU Konsumen juga memuat kewajiban dan tanggung jawab dari produsen. Pada pasal 19 ayat (1) menyebutkan:

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi

¹⁶⁰ Brenden E Kendal, Rebecca Gill and George Cheney, *Consumer Activism and Corporate Social Responsibility: How Strong A Connection?*, (North Carolina: Oxford University Press, 2007), h. 243.

¹⁶¹ Raul Anibal Etheceverry, Corporate Social Responsibility, *Penn State International Law Review* 23 (Winter 2005), h. 500.

barang dan jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Kewajiban untuk bertanggung jawab kepada konsumen tersebut didasarkan pada 3 prinsip tanggung jawab, yaitu: (1) tanggung jawab (*absolut/strict liability*); (2) tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fluit liability*) dan (3) tanggung jawab berdasar kontraktual (*contractual liability*). Dari ketiga prinsip tanggung jawab tersebut, *absolut/strict liability*, adalah salah satu bentuk kemajuan bagi perlindungan konsumen karena unsur kesalahan tidak perlu dibuktikan oleh konsumen tetapi menjadi tanggung jawab produsen.¹⁶² Selain itu, ada perihal menarik dalam UU konsumen yaitu mengenai hak gugat *class action* dan *legal standing*. *Class action* dikenal di banyak negara yang menganut sistem hukum *common law*. Hal ini untuk pertama kalinya di Inggris tahun 1700an. *Class Action* merupakan instrumen hukum yang dapat menjamin kerugian yang bersifat massal. Di samping itu, salah satu hal yang penting adalah, bahwa *class action* cocok untuk menghadapi perusahaan besar atau pelanggaran hukum yang kuat.¹⁶³

Setidaknya ada 3 manfaat dan alasan atas keberadaan *class action*. *Pertama*, proses berpekara yang bersifat ekonomis. Dengan gugatan *class action* mencegah pengurangan gugatan serupa secara

¹⁶² Pasal 19,20,21,24,25,26,27 Undang-Undang 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha, dan Pasal 22 dan Pasal 28 yang mengatur pembuktian, Abdul Hakim Barkatulah. *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Lampung: FH UnLam Press, 2008), h.53-69.

¹⁶³ *Ibid.*, h. 135.

individual. *Kedua*, akses pada keadilan apabila diajukan secara individual, maka hal tersebut akan mengakibatkan beban bagi calon penggugat. *Ketiga*, perubahan sikap pelaku pelanggaran.¹⁶⁴

Selain *class action*, UU Konsumen juga mengatur mengenai gugatan *legal standing*, yaitu hak gugat oleh lembaga. Diterima *legal standing* dalam UU konsumen setidaknya dikarenakan 2 hal. *Pertama*, faktor kepentingan masyarakat luas. *Kedua*, faktor penguasaan oleh negara yang menyangkut penggunaan sumber daya alam yang secara konstitusi dikuasai oleh negara.¹⁶⁵

Perlindungan konsumen jika dilihat dari konsep CSR tidak hanya pada persoalan adanya pelanggaran hukum atau tidak. Apalagi yang bersifat kerugian material. Tetapi lebih dari itu, konsep CSR dalam perlindungan konsumen adalah kewajiban moral untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen, tentunya tanpa melawan hukum.¹⁶⁶ Selain mentaati hukum, korporasi juga mempunyai tanggung jawab moral kepada masyarakat.¹⁶⁷

2) Mitra Kerja

Keberadaan korporasi besar, khususnya *Multinasional Corporation* (MNS), banyak yang bekerja

¹⁶⁴ *Ibid.*, h.139-140.

¹⁶⁵ *Ibid.*, h. 154-156.

¹⁶⁶ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 220.

¹⁶⁷ Pelaksanaan CSR harus sesuai dengan aturan-aturan main yang berlaku di masyarakat, baik dari segi hukum maupun dari segi etika, K. Berten, *Pengantar Etika Bisnis*, ... h. 292.

sama dengan berbagai perusahaan kreditor, rekanan, atau *supplier* untuk memenuhi proses produksi. Mereka bekerja sama berdasarkan hubungan kontraktual. Namun seringkali, dengan alasan efisiensi atau demi keunggulan kompetitif, korporasi besar tiba-tiba tidak melanjutkan kontrak kerjasama tersebut. Hal ini memang bukan pelanggaran hukum, tetapi pada kenyataannya mengakibatkan dampak sosial ekonomi yang luar biasa. Seperti pada kasus perusahaan NIKE ataupun SONY yang tidak memperpanjang investasi di Indonesia dan memindahkannya ke negara lain, sehingga mengakibatkan karyawan-karyawannya tidak jelas nasibnya dan menjadi pengangguran.¹⁶⁸

Dalam konteks CSR, hubungan antara *principal* dengan perusahaan lokal sebagai *supplier* ataupun rekanan, tidak saja berdiri di atas klausul kontrak dan perhitungan ekonomi saja. Namun persoalan dampak sosial ekonomi juga harus dipertimbangkan.¹⁶⁹

Analisis ini memang ambigu, sebab bagaimanapun korporasi akan melakukan efisiensi dengan mencari biaya semurah-murahnya dengan hasil sebanyak-banyaknya untuk mampu mengambil posisi dalam kompetisi. Tanggung jawab terhadap karyawan sepenuhnya secara hukum berada di pundak perusahaan rekanan dan *supplier*. Strategi ini bukan tanpa dalih sebab Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang

¹⁶⁸ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial*,... h. 222-223.

¹⁶⁹ *Ibid.*, h. 223.

Ketenagakerjaan (UU Ketenagakerjaan) memberikan kesempatan untuk dilakukan *outsourcing*.¹⁷⁰

Ketentuan inilah yang membuat perusahaan pengguna (dalam hal ini korporasi besar atau investor asing), dengan mudah serta tanpa melawan hukum dapat menghentikan kontrak kerjasama dengan perusahaan penyedia (perusahaan lokal) tanpa memperdulikan nasib tenaga kerjanya.¹⁷¹

Hak mitra usaha lainnya seperti rekanan atau *supplier* hanya secara umum beralih kepada perusahaan hasil merger atau perusahaan yang mengakusisi. Seperti disebutkan dalam pasal 1 butir 9 sampai 11 tentang pengertian penggabungan, peleburan, dan pengambilalihan bahwa seluruh kewajiban “demi hukum” berpindah kepada perusahaan yang eksis.¹⁷²

Akibat hukum dari transaksi bisnis korporasi harus memperhatikan kepentingan pihak mitra usaha. Sebab bisnis, selain dari hubungan hukum adalah

¹⁷⁰ Richardus Eko Indrajit, *Proses Bisnis Outsourcing* (Jakarta: PT Gramedia Indonesia, 2003), h. 5.

¹⁷¹ *Ibid.*, .h. 224.

¹⁷² Penggabungan menurut Undang Undang no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 butir 9: “Adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan yang lain yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari perseroan menggabungkan diri beralih karena hukum kepada perseroan yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan hukum perseroan yang berakhir diri karena hukum. “Peleburan menurut pasal 1 butir 10”, adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua perseroan atau lebih untuk meleburkan menjadi diri dengan mendirikan satu perseroan baru yang karena hukum memperoleh aktiva dan pasiva dari perseroan yang meleburkan diri dan status badan hukum perseroan yang meleburkan diri berakhir karena hukum “dan pengertian pengambilalihan menurut pasal 1 butir 11: “”Adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk mengambil alih saham perseroan yang mengakibatkan beralihnya pengendalian atas perseroan tersebut.

didasarkan pada prinsip kepercayaan (*trust*). Kondisi beralihnya segala hubungan kontraktual dengan pihak lain (dalam kasus merger akuisisi), harus pula dikondisikan bagi mitra usaha untuk membangun kepercayaan dengan rekanan bisnis barunya.¹⁷³

c. Tanggung Jawab Sosial Kepada Masyarakat Umum

Ruang lingkup CSR yang selanjutnya adalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada pembangunan masyarakat lokal¹⁷⁴, dan atau masyarakat umum.¹⁷⁵ Pembangunan masyarakat (*community development*) di definisikan oleh Perserikatan Bangsa Bangsa sebagai berikut:

Pembangunan masyarakat adalah suatu proses yang merupakan usaha masyarakat sendiri yang di integrasikan dengan otoritas pemerintah guna pemerintah guna memperbaiki kondisi sosial ekonomi dan kultural komunitas, mengintegrasikan komunitas ke dalam kehidupan nasional dan mendorong kontribusi komunitas yang lebih optimal bagi kemajuan bangsa.¹⁷⁶

Secara eksplisit dalam CSR diukur berdasarkan kenaikan taraf kualitas hidup dari masyarakat¹⁷⁷, dengan mengacu pada nilai keadilan dan kesetaraan atas kesempatan, pilihan, partisipasi, timbal balik, dan kebersamaan. *Community development* dilakukan

¹⁷³ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial ...* h. 225.

¹⁷⁴ Masyarakat lokal yang dimaksud adalah masyarakat yang ada di sekitar korporasi beroperasi.

¹⁷⁵ Masyarakat umum yang dimaksud adalah sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi. Masyarakat umum bukan termasuk, karyawan atau pihak ketiga lainnya.

¹⁷⁶ Perserikatan Bangsa-Bangsa dalam Soetomo, *Strategi-strategi pembangunan masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 81.

¹⁷⁷ Definisi CSR dari WBCSD yaitu “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”

dengan pemberdayaan dan juga termasuk dalam bidang pendidikan. Persoalan sosial sebagai sasaran *community development* dalam tulisan ini merujuk pada beberapa bagian konsep *Millenium Development Goals* dari *United Nations Development Program* (UNDP MDGs), seperti kesehatan, pendidikan, penyediaan fasilitas umum, dan pengurangan kemiskinan serta persoalan sosial lainnya.¹⁷⁸

Dahulu penanganan persoalan sosial secara normatif menjadi tanggung jawab negara, seperti yang diatur dalam konstitusi. Pada perkembangannya, konsep tanggung jawab negara terhadap warga negara dalam pembangunan mulai mengalami pergeseran. Pada saat ini proses pembangunan masyarakat untuk menanggulangi persoalan persoalan sosial melibatkan 3 pilar ekonomi sebuah negara, yaitu: pemerintah, masyarakat, dan korporasi.¹⁷⁹

Situasi ini karena pada faktanya, di era globalisasi dan ekonomi pasar ini, peran korporasi sangat dominan dalam masyarakat. Korporasi bersama sama pemerintah telah banyak membantu mengurangi kemiskinan, meningkatkan standar kehidupan, dan secara umum memajukan pembangunan masyarakat.

Dalam konteks CSR, korporasi diajak untuk ikut serta secara aktif mengambil bagian dalam peningkatan hidup

¹⁷⁸ Ada 8 program dari UNDP MDGs yaitu (1) mengurangi kemiskinan dan kelaparan dunia hingga setengahnya, (2) menyediakan pendidikan dasar, (3) mengurangi kematian anak dua pertiganya, (4) mendorong kesetaraan gender, (5) keberlanjutan lingkungan, (6) mencegah penyebaran HIV/AIDS, malaria, dan penyakit lainnya, (7) menjalin kemitraan global antara negara kaya dan negara miskin dalam pembangunan. Di unduh dari <http://www.undp.org/mdg>.

¹⁷⁹ Boediono, CSR Tidak Hanya Filantropi: Tidak Mungkin Membangun Negeri Tanpa Melibatkan Pebisnis, *KOMPAS*, 7 September 2007.

masyarakat, khususnya masyarakat miskin, melalui program *community development*.¹⁸⁰

Pada umumnya *community development* dianggap sebagai sarana yang tepat untuk melaksanakan aktifitas CSR. Hal ini dapat dipahami dari beberapa pertimbangan. *Pertama*, sesuai dengan karakteristiknya melalui program *community development* dapat dikembangkan dan dimanfaatkan unsur modal sosial baik yang dimiliki dunia usaha maupun masyarakat. *Kedua*, melalui *community development* diharapkan adanya hubungan sinergis antara kekuatan dunia usaha melalui berbagai bentuk bantuannya dengan potensi yang ada dalam masyarakat. *Ketiga*, aktifitas bersama antara dunia usaha dengan masyarakat terutama masyarakat lokal melalui *community development* dapat difungsikan berbagai sarana komunikasi.¹⁸¹

Adapun dua faktor dominan korporasi dalam melaksanakan CSR dengan program *community development* yaitu sebagai instrument promosi untuk meningkatkan keuntungan dan membentuk kepedulian sosial. Kedua faktor tersebut harus seimbang sebab jika faktor pertama yang dominan maka CSR hanya sebagai kedok korporasi dalam melakukan eksploitasi untuk mencari keuntungan semata. Tetapi kalau faktor kedua yang dominan maka dikhawatirkan berseberangan dengan prinsip dunia usaha yang orientasi *making profit*.¹⁸²

¹⁸⁰ Roni Strier, Community Anti-Poverty Strategies: A Conceptual Framework for A Critical Discussion, The British Journal of Social Work (Oxford University, 2008) diunduh dari <http://bjsw.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/bcm149>. Lihat Community Development Corporation: A New Approach to The Poverty Problem, Westlaw Note, *Harvard Law Review* 82 (January, 1969), h. 644.

¹⁸¹ Soetomo, *Strategi-strategi Pembangunan*, ... h. 118.

¹⁸² *Ibid.*, h. 117.

Pendapat ini diyakinkan oleh Erik B. Bluemel, bahwa *community development* yang dilakukan secara sungguh-sungguh oleh korporasi, dengan strategi yang tepat akan memberikan keuntungan dalam bentuk revitalisasi ekonomi masyarakat.¹⁸³ Dengan narasi lain, Sara A. Faherty berkesimpulan bahwa *community development* adalah salah satu upaya membangun generasi masa depan. Tanpa *community development* yang dilakukan saat ini membuat generasi masa depan tidak mempunyai bekal yang cukup, khususnya secara ekonomi untuk membangun masyarakat dunia yang sejahtera.¹⁸⁴

Program *community development* di Indonesia sudah banyak dilakukan oleh korporasi. Dari sisi lain, peraturan tentang *community development* khususnya untuk Badan Usaha Milik Negara telah diatur dengan Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL).¹⁸⁵

Menurut Zaim Saidi dan Hamid Abidin, pendekatan *community development* merupakan satu bentuk CSR yang lebih banyak didorong oleh motivasi kewarganegaraan, meskipun pada aspek lain masih diwarnai oleh motivasi filantropis.¹⁸⁶ Oleh karena

¹⁸³ Erik B. Bluemel, The Nonprofit Implications of for Profit Community Development, *University of Florida Journal of Law and Public Policy* 16 (April 2005), h. 106.

¹⁸⁴ Sara A. Faherty, Preface: Financing The Next Generation of Community Development, *Journal of Affordable Housing and Community Development Law* 12 (Spring, 2003), h. 273.

¹⁸⁵ Program ini sebelumnya diatur dengan Kep. Menteri Keuangan No: 1232/KMK.013/1989. Pada Saat ini diganti namanya dengan nama Program Pegelkop (pembinaan pengusaha golongan ekonomi lemah dan koperasi).

¹⁸⁶ Zaim Saidi dan Hamid Abidin, *Menjadi Bangsa Pemurah Wacana Praktik Kedermawanan Sosial di Indonesia* (Jakarta: Pustaka, 2001), h. 67.

itu sebagai *good corporate citizenship*, korporasi harus ikut mengambil peran dalam membantu persoalan sosial.¹⁸⁷

Community development juga dilakukan oleh perusahaan swasta secara sukarela. Bentuk pelaksanaan *community development* dilakukan sesuai dengan situasi dan kondisi serta kepentingan perusahaan masing-masing.

Walaupun dilakukan dengan berbagai bentuk, secara umum dapat dikategorikan objek *community development* dari korporasi meliputi bidang kesehatan, pendidikan, penyediaan fasilitas umum, kemitraan dengan usaha kecil dan membantu korban bencana alam.¹⁸⁸ Tetapi, Edi Suharto memberikan peringatan bahwa jika tidak hati-hati menerapkan CSR dalam program *community development*, maka justru akan memperburuk situasi bagi korporasi maupun masyarakat.¹⁸⁹

Menilai kesuksesan CSR dalam program *community development* adalah masalah yang cukup rumit, sebab tidak ada ukuran pasti digunakan sebagai indikator. Ketidakpastian tersebut karena *community development* dapat diukur secara kualitatif dan kuantitatif. Menurut Michael H. Schill, pada umumnya kesuksesan *community development* dapat diukur dengan kuantitatif, seperti meningkatnya pendapatan masyarakat, berkurangnya angka pengangguran, banyaknya fasilitas umum, ketersediaan

¹⁸⁷ Sugiharto, *Peran Strategis BUMN Dalam Pembangunan Ekonomi: Hari Ini dan Masa Depan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), h. 14.

¹⁸⁸ Berbagai model comdev oleh korporasi di Indonesia dapat dilihat lebih jelas dalam status <http://www.csr-indo.com/> atau <http://csrindonesia.com/>

¹⁸⁹ Edi Suharto, *Audit CSR, Majalah Bisnis dan CSR* Vol. 1 No 5 (April 2008), h. 190.

perumahan yang layak, meningkatnya kesehatan masyarakat dan besarnya akses terhadap pembangunan ekonomi.¹⁹⁰

Pada akhirnya program *community development* untuk masyarakat lokal maupun masyarakat umum adalah sebuah strategi keberlanjutan bisnis korporasi itu sendiri. Tanpa adanya retribusi kekayaan dan pemberdayaan, maka tidak ada peningkatan kualitas hidup masyarakat.¹⁹¹

Masyarakat yang pendidikannya rendah, hidup tidak sehat dan tidak memiliki fasilitas umum yang baik tidak mungkin bangkit dari keterpurukan sehingga tidak mempunyai daya ekonomi. Artiya CSR melalui *community development* adalah konsekuensi ekonomi, sebab, bagaimanapun masyarakat adalah salah satu komponen yang menjaga roda ekonomi untuk bisa terus bergerak.¹⁹²

2. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial dalam arti Luas

Kajian mengenai perkembangan CSR dalam arti luas akan membahas perkembangan CSR terhadap lingkungan hidup. Selanjutnya mengkaji keterkaitan CSR dengan Hak Asasi Manusia (HAM), pembahasan terakhir mengenai ruang lingkup CSR gerakan anti korupsi.¹⁹³

¹⁹⁰ Michael S. Hill, Assessing The Role of Community Development Corporation In Inner City Economic Development, *New York University Review of Law and Social Change* 22 (1997), h. 774.

¹⁹¹ Samuel Taylor M., A Hayekian Theory of Social Justice, *New York University Journal of Law and Liberty* 1 (2005), h. 229.

¹⁹² Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial ...* h. 234.

¹⁹³ *Ibid.*

a. Tanggung jawab Sosial terhadap Lingkungan Hidup

Ruang lingkup CSR seringkali dihubungkan dengan persoalan lingkungan hidup. Pada beberapa negara sesungguhnya hukum tentang lingkungan hidup telah diatur secara formal dalam perundang-undangan.¹⁹⁴ Pada level *international* juga banyak perjanjian maupun deklarasi dalam bentuk *softlaw* (*code of conduct*) yang dikumandangkan oleh NGO maupun organisasi internasional.¹⁹⁵

Patricia W. Birnie dan Alan E. Boyle mengatakan ada dua sumber hukum dalam hukum lingkungan internasional yaitu (1) *Traditional Source* (2) *Non Traditional Source*.

(1) *Traditional Sources*¹⁹⁶

Traditional Sources adalah sumber hukum yang secara klasik digunakan dalam kajian dengan pendekatan *positivism* hukum. Pendekatan *positivism* ini menghendaki adanya fungsi hukum sebagai pihak yang terlibat langsung dalam penegakan hukum yang dibuat secara mengikat (*legally binding*) dengan cara menyetujui atau meratifikasi. Beberapa sumber tersebut adalah¹⁹⁷;

(a) *Treaties*; yaitu esensinya adalah perjanjian yang dibuat antara negara-negara atau antara negara dengan organisasi internasional (dalam hal lingkungan hidup). *Treaties*

¹⁹⁴ Peter Franz and Stefanie Pfahl, *Corporate Social Responsibility An Introduction From The Environmental Perspective*, Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, Public Relations Division, Republic of Germany, (March 2006), h. 6

¹⁹⁵ Ritchie P. Lowry, Transnational Corporation And Corporate Codes of Conduct, *The Social Report Published by The Program in Social Economy & Social Justice*, Vol. XIII, No 5 (Spring 1996). h. 22.

¹⁹⁶ Patricia W Birnie dan Alan W Boyle, *International Law and The Environment*, New York: Oxford University Press, 1992), h. 9.

¹⁹⁷ *Ibid.*, h. 10.

seringpula disebut *convention, protocol, covenant, pact* dan lainnya.

- (b) *Custom*; yaitu kebiasaan yang digunakan oleh negara sebagai rujukan dalam membuat hukum. Hal ini diperlukan sebagai dasar pengakuan oleh negara-negara sebagai pendapat hukum (*opinion juris*).
 - (c) *Status of UN General Assembly Resolution and Declaration*; yaitu sumber hukum yang dianggap mewakili pendapat semua negara anggota PBB (*world opinion*), sehingga mempunyai *opinio juris* untuk diratifikasi.
 - (d) *General Principles of International Law*, yaitu prinsip-prinsip yang diakui sebagai instrumen yang berlaku umum, seperti prinsip berbagai sumber alam atau prinsip nondiskriminasi
 - (e) *Judicial Decisions*; yaitu putusan pengadilan internasional seperti *International Court of Justice, European Court of Human Right, International Arbitral Tribunal* dan lainnya.
 - (f) *The Writing of Publicity*; yaitu tulisan atau kajian sebagai pendapat hukum dari para ahli hukum atau organisasi internasional. Sebagai pendapat hukum maka sama halnya doktrin tidak mempunyai kekuatan mengikat namun mempunyai kapasitas yang cukup untuk dijadikan acuan.
- (2) *Non Traditional Sources*¹⁹⁸.

Sumber *non traditional* hukum internasional bidang lingkungan hidup sering disebut dengan istilah *softlaw*. *Softlaw* secara alamiah mempunyai artikulasi sebagai norma tertulis yang dapat mengikat atau tidak mengikat. Dikatakan sebagai norma mengikat apabila telah disepakati oleh negara atau organisasi internasional sebagai aturan hukum. Berbagai

¹⁹⁸ *Ibid.*, h. 26-30.

bentuk *non traditional source* misalnya: *code of practice*, *recommendation*, *resolution*, *declaration of principles*, *guidelines* dan sebagainya.

Pada perkembangnya, hukum lingkungan dalam level nasional maupun internasional menggunakan kedua sumber diatas sebagai rujukan dalam membuat aturan hukum di bidang lingkungan hidup.¹⁹⁹

Kesadaran untuk mengatur persoalan lingkungan hidup sudah cukup lama menjadi perhatian dan ketika terdapat fakta-fakta yang menunjukkan bahwa proses industrialisasi yang mengejar keuntungan ekonomi semata, telah menyebabkan berbagai pencemaran lingkungan. Pada tahun 1980an akhir dan awal 1990an, masyarakat global mulai merasakan bahwa telah terjadi perubahan iklim (*climate change*) yang ekstrem karena pemanasan global (*global warming*).²⁰⁰

Hukum tentang lingkungan hidup di Indonesia sudah sejak lama diatur. Berdasar catatan Koesnadi Hardjosumantri, lingkungan hidup masuk dalam bahasan GBHN tahun 1973 (yang dipengaruhi Deklarasi Stockholm 1972) dicantumkan bahwa.²⁰¹

Penggalian kekayaan alam harus diusahakan agar tidak merusak lingkungan hidup manusia, dilaksanakan dengan kebijaksanaan yang menyeluruh dan memperhitungkan kebutuhan generasi mendatang.

Periode berikutnya mulai diatur secara terpisah dalam Undang-Undang No. 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok

¹⁹⁹ Peter Franz dan Stephanie Pfahl, *Corporate Social Responsibility ...* h. 6.

²⁰⁰ Development of an Eco Oriented Nation: Perspectives on Environmentally Sound Corporate Management and Environment Subcommittee, Environmental Industries Office Ministry of Economy, Trade and Industry Japan (July, 2003).

²⁰¹ Koesnadi Hardjosoemantri, *Ekologi, Manusia dan Kebudayaan: Kumpula Tulisan Terpilih*, Himawan Pambudi (ed), (Yogyakarta, Laper Pustaka Utama, 2006), h. 120.

Pengelolaan Lingkungan Hidup. Selanjutnya mengantisipasi perkembangan Undang-Undang tersebut diperbarui dengan Undang-Undang No. 23 tahun 1997 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.²⁰²

Pemerintah Indonesia telah cukup mengatur mengenai persoalan lingkungan hidup melalui beberapa peraturan perundang-undangan. Walaupun pada prakteknya masih banyak pelanggaran dan penyimpangan. Banyaknya kegagalan terhadap pengelolaan lingkungan hidup khususnya di negara berkembang, karena pembangunan hanya diukur pada pertumbuhan ekonomi secara kuantitatif saja dan meletakkan kepentingan manusia sebagai pusat dari sistem alam semesta (*antroposentrism*). Paradigma *Antroposentrism* ini tidak memperhatikan bahwa lingkungan hidup juga sebagai makhluk yang perlu diperhatikan kepentingannya. Ketidakpedulian ini menimbulkan kerusakan ekonomi sistem secara luas karena eksploitasi alam yang berlebihan hanya untuk kepentingan egoisme manusia saja.²⁰³

Paradigma *antroposentrisme* memberikan kebermanfaatan ekonomi khususnya bagi korporasi dan mungkin juga bagi pemerintah, tetapi tidak demikian dengan masyarakat lokal/pribumi (*indigenous people*) di sekitar korporasi beroperasi. Mereka menjadi korban dari *environmental racism*, karena tidak ikut menikmati hasil kekayaan alam dan hanya disisakan lingkungan yang rusak setelah selesai beroperasi.²⁰⁴

²⁰² *Ibid.*, h. 94-95.

²⁰³ A. Sonny Keraf, *Etika Lingkungan* (Jakarta: Penerbit Kompas, 2002), h. 33-36.

²⁰⁴ Anup Shah, *Climate Change and Global Warming*, Januari 2008, diunduh dari <http://www.globalissues.org/EnvIssues/GlobalWarming.asp>

Di negara maju, berbagai aturan mengenai lingkungan hidup yang dibuat telah dijalankan dengan penegakan hukum yang ketat demi keberlanjutan pembangunan. *Sustainable development* telah memberikan pertumbuhan ekonomi yang besar di negara maju dimana segala kebijakannya didasarkan pada keberlanjutan dan perluasan sumber daya alam. Hal ini untuk meyakinkan bahwa pemenuhan kebutuhan saat ini, tanpa kompromi harus mempertimbangkan pula kebutuhan generasi masa depan.²⁰⁵ Akan tetapi kadang peningkatan ekonomi disertai suatu konsekuensi dimana lingkungan hidup dan sosial dengan terpaksa dikorbankan atas nama pembangunan ekonomi.²⁰⁶

Selanjutnya di negara berkembang, inti dari semua persoalan lingkungan hidup adalah lemahnya penegakan hukum, ketika negara berkembang berhadapan dengan investor khususnya investor perusahaan multinasional.²⁰⁷ Dilema atas pilihan antara kebutuhan industrialisasi untuk peningkatan ekonomi dan kepentingan korporasi, dalam ekspansi dan eksploitasi alam. Sehingga konsep pembangunan berkelanjutan sulit terwujud di antara dikotomi kepentingan tersebut.²⁰⁸ Khistina K. Herman memberikan penjelasan mengenai hal itu yaitu: *The premise of the corporate social responsibility movement is that corporations, because they are the dominant institution of the planet, must*

²⁰⁵ Kristina K. Herrmann, Corporate Social Responsibility and Sustainable Development: The European Union Initiative As A Case Study, *Indiana Journal of Global Legal Studies* 11 (Summer, 2004): h. 208-209.

²⁰⁶ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 244.

²⁰⁷ Fanny Calder dan Malaika Culverwell, Following Up The World Summit On Sustainable Development Commitment On Corporate Social Responsibility: Options For Action By Governments, Chatham House Final Report: Following Up the WSSD on Sustainable Development Commitment on CSR (February 2005), h. 13.

²⁰⁸ Kristina K. Herrmann, Corporate Social Responsibility ... h. 213-214.

*squarely face and address the social and environmental problems that afflict humankind.*²⁰⁹

Jadi persoalan lingkungan hidup dalam isu CSR, tidak hanya mengenai kerusakan, dan pencemaran lingkungan saja. Sebab apabila hanya ditinjau dari perihal tersebut maka secara normatif masuk pada ruang lingkup hukum lingkungannya yang sudah banyak diatur, baik dalam level hukum nasional maupun hukum internasional. Lebih dari semua, konsep CSR lingkungan hidup adalah adanya pertanggungjawaban semua pihak, khususnya korporasi atas penggunaan sumber daya alam pada generasi berikutnya. Sebab generasi masa depan juga memiliki hak atas ketersediaan sumber daya alam dan penggunaan hidup yang sehat. Dari perspektif teori keadilan maka hak generasi di masa depan tersebut hanya dapat lestari apabila konsep *sustainable development* diterapkan dengan sungguh-sungguh.²¹⁰

b. Tanggung Jawab Sosial terhadap Hak Asasi Manusia

Argumentasi pentingnya mengkaitkan isu hak asasi manusia (HAM) disebabkan kondisi realitas saat ini. Keberadaan *Multinational Corporation* menjadi sangat potensial untuk subyek hukum nasional maupun internasional yang tunduk pada rezim HAM.²¹¹ Rezim HAM mulai diarahkan ke institusi besar tersebut (*non state actor*).²¹²

Kesadaran bahwa kekuatan ekonomi dapat membahayakan martabat manusia telah menjadi pemikiran berbagai pihak. Melalui

²⁰⁹ *Ibid.*, h. 215.

²¹⁰ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 247.

²¹¹ John Gerard Ruggie, Business and Human Right: The Envolving International Agenda, *American Journal of International Law* 101 (Oktober 2007), h. 823.

²¹² Tarek F. Maasarani, Margo Tatgenhorst Drakos dan Joanna Pajkowska, Extracting Corporate Responsibility: Toward A Huma Right Impact Assesement, *Cornell International Law* 40 (Winter 2007), h. 140-141.

berbagai forum, Uni Eropa telah merekomendasi HAM untuk menjadi perhatian bagi aktivitas korporasi (*private business*) terhadap masyarakat.²¹³

Membicarakan HAM dalam konteks CSR, seringkali dikaitkan dengan persoalan ketenagakerjaan, lingkungan hidup dan hak-hak sipil masyarakat lainnya, seperti hak ekonomi, hak politik dan hak kebudayaan sehingga sangat luas kajiannya.²¹⁴ Hak hak tersebut secara lebih rinci dapat dilihat dari *Universal Declaration of Human Right* yang memuat 30 pasal. Beberapa diantaranya yang terkait tentang CSR adalah.²¹⁵

- *Article 22* (tentang jaminan sosial dan hak-hak ekonomi)
- *Article 23* (tentang pekerja yang layak)
- *Article 25* (tentang standar kehidupan dan kesehatan)
- *Article 26* (tentang hak atas pendidikan)

Sebagai pembanding, di Indonesia juga telah diatur mengenai HAM melalui Undang-Undang No. 39 Tahun 1999. Berbagai isu HAM yang sering dikaitkan dengan CSR, misalnya dalam pasal 9 menyebutkan:

- Setiap orang berhak untuk hidup, mempertahankan hidup dan meningkatkan taraf kehidupannya
- Setiap orang berhak tentram, aman, damai, bahagia, sejahtera lahir dan batin

²¹³ Pall A. Davidsson, Legal Enforcement of Corporate Social Responsibility Within The EU, *Columbia Journal of European Law* 8, Summer (2002), h. 543-544.

²¹⁴ Claire Moore Dickerson, Human Right: The Emerging Norm of Corporate Social Responsibility. How Do Norms and Empathy Affect Corporation Law and Corporate Behavior?, *Tulane Law Review* 76 (June 2002), h. 1432.

²¹⁵ Universal Declaration of Human Right (UHDR) adalah sebuah pernyataan yang bersifat anjuran yang diadopsi oleh Majelis Umum Persatuan Bangsa Bangsa (A/RES/217, 10 Desember 1948 di Palais de Chaillot, Paris). Wikipedia, Ensiklopedia, diunduh dari <http://id.wikipedia.org>.

- Setiap orang berhak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Selanjutnya dalam pasal 40 yaitu: “*Setiap orang berhak untuk bertempat tinggal serta berkehidupan yang layak*”.

Sedangkan pasal 41 ayat (1) dikatakan: “*Setiap warga negara berhak atas jaminan sosial yang dibutuhkan untuk hidup layak serta untuk perkembangan pribadinya secara utuh*”

Dari berbagai aturan HAM yang sudah ada, menurut Claire Moore Dickerson, yang lebih penting adalah optimalisasi dalam penegakan HAM. Hal tersebut dikarenakan penguatan penegakkan HAM akan mempengaruhi perilaku korporasi untuk menjadi lebih baik.²¹⁶ HAM pada dasarnya berlaku secara universal, untuk itu peran hukum (*the role of rule of law*) menjadi sangat penting adanya. Akan tetapi hal tersebut menimbulkan persoalan yang kompleks karena keberagaman aplikasi HAM di masing-masing negara.²¹⁷

Menurut David Kinley, kompleksitas HAM tersebut disebabkan dimensi yang dipengaruhi oleh situasi ekonomi, sosial dan budaya, yaitu²¹⁸:

- *Human Right Categorization*
- *Challenges to Human Right Universality*
- *Prosperity and human capabilities*
- *Common Goals*

²¹⁶ Claire Moore Dickerson, Human Right: The Emerging Nom of Corporate Social Responsibility, *Tulane Law Review* 76, June 2002, h. 1455-1457.

²¹⁷ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 253.

²¹⁸ David Kinley, Human Right, Globalization and The Rule Of Law: Friends, Foes Or Family?. *UCLA Journal of International Law and Foreign Affairs* 7 (Fall/Winter 2002-2003), h. 250-259.

Tanggung jawab korporasi terhadap HAM menjadi sebuah tanda pergeseran paradigma tradisional korporasi yaitu menjalankan tugas pemegang saham kearah paradigma baru yaitu nama baik (*reputasy*) dan keuntungan jangka panjang (*long term returns*).

Menarik korporasi untuk tunduk dalam rezim HAM memunculkan persoalan, yaitu menggeser korporasi dari wilayah hukum privat ke wilayah hukum publik²¹⁹ dan luasnya prinsip HAM yang mengaburkan pengaturan.²²⁰

Salah satu alasan kuat mengapa negara perlu mengatur korporasi untuk bertanggung jawab secara sosial melalui HAM, karena korporasi multinasional telah menjadi *global actor* yang merupakan kekuatan dan kekuasaan serta pengaruh dalam kehidupan masyarakat, baik *economic power* dan *political power*.²²¹

Susan Strange memberikan penjelasan mengenai kebutuhan negara untuk bertanggung jawab pada masyarakat melalui penegakan HAM. *Pertama*, masuknya korporasi multinasional ke negara berkembang sangat diharapkan untuk mendukung pembangunan. Dalam kondisi tertentu pemerintah menjadi *inferior* di hadapan korporasi, sehingga banyak hak-hak masyarakat dilanggar. *Kedua* sesungguhnya negara-negara berkembang memang lemah dalam penegakan hukum. HAM. *Ketiga*, korporasi yang bekerja sama dalam skala internasional perusahaan induknya ada di suatu negara, pemegang sahamnya ada di negara lain dan beroperasi di seluruh belahan dunia. Hal ini sulit

²¹⁹ Benjamin C. Firshman, Binding Corporation to Human Right Norm Through Public Law Settlement, *New York University Law Review* 81 (October 2006), h. 1435.

²²⁰ Michael K. Addo. Human Right Perspectives of Corporate Groups, *Connecticut Law Review* 37 (Spring 2005), h. 670.

²²¹ Steven R. Ratner, Corporation and Human Right: A Theory of Legal Responsibility, *Yale Law Journal* 111 (Desember 2001), h. 461.

dikontrol oleh hukum di suatu negara dan korporasi akan menyimpangi kelemahan hukum dengan melanggar HAM di negara yang lemah penegakan hukumnya.²²²

Menurut David Kinley dan Judo Tadaki, membebani kewajiban HAM bagi korporasi akan lebih efektif dan tidak menimbulkan *problem* apabila digunakan standar minimum, yaitu tidak melakukan pengrusakan, kejahatan atau merugikan (*do no harm*), terhadap pekerja, konsumen, dan masyarakat sekitar (*local community*). Termasuk juga terhadap rekanan atau pemerintah setempat.²²³

Adanya berbagai kelemahan dan kekuatan hukum mengenai HAM untuk menarik korporasi menjalankan CSR, dimana pendekatan hukum formal dan substansial tidak dapat dilakukan secara tegas, maka perlu dilakukan dengan pendekatan hukum reflektif. Hukum reflektif akan memberikan jalan keluar dengan cara mewajibkan korporasi untuk mengatur dirinya sendiri dalam memperhatikan persoalan kemanusiaan.²²⁴

Selain itu persoalan tersebut telah melahirkan gagasan dalam sistem ekonomi kapitalis, untuk mengkaitkan HAM dengan bisnis korporasi. Pandangan ini berkembang dengan sebutan *Humanomic*, yaitu:

Humanomics points to the creation of business organization that will be promote both human growth and ecological considerations as part of a larger interest in the quality of life and and the preservations of the

²²² *Ibid.*, h. 461-462

²²³ David Kinley dan Tadaki, From Talk to Walk: The Emergence OF Human Rights Responsibilities For Corporations AT International Law”, *Virginia Journal of International Law* 44 (Summer 2004), h. 20 (962).

²²⁴ David Hess, Social Reporting: A Reflexive Law Approach To Corporate Social Responsiveness, *Journal of Corporation Law* (Fall 1999), h. 43.

*planet. The attempt to bring the attributes of human life and ecological soundness back into the economic system emphasizes a decentralized corporate governance system.*²²⁵

Menurut Lewis D. Solomon, *humanomic* dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk pendekatan, diantaranya adalah²²⁶:

(1) *Human Needs Approach*

Pengembangan ini dasar dari pengembangan teori ekonomi dimana tujuan memaksimalkan keuntungan dengan prinsip efisiensi tetap harus selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan. Tidak saja fokus pada *economic growth*, tetapi juga pada pengembangan manusia (*human development*) dan peningkatan kualitas hidup (*quality of life*).

(2) *Ecological Limits and Over Population Approach*

Pada dasarnya setiap orang memahami bahwa sumber daya semakin terbatas. Sementara dari jumlah penduduk semakin meningkat. Untuk itu bisnis dilakukan oleh korporasi harus mempertimbangkan penghematan, pemerataan, (*distribution*) dan pelestarian sumber daya alam. Agar hak manusia terhadap kehidupan tetap terjaga.

c. Tanggung Jawab Sosial terhadap Gerakan Anti Korupsi

Perkembangan mutakhir dari ruang lingkup CSR adalah mengenai keterlibatan korporasi dengan persoalan korupsi. Korupsi telah menjadi tantangan besar atas keberlanjutan pembangunan dunia karena mengakibatkan kerusakan struktur

²²⁵ Lewis D. Solomon, *New Directions in Corporate Law, On The Frontier Of Capitalism: Implementation Of Humanomics By Modern Publicly Held Corporations: A Critical Assesment, Washington and Lee Review* (Fall 1993), h. 1628-1629.

²²⁶ *Ibid.*, h. 1629-1633.

masyarakat dan menciptakan kemiskinan.²²⁷ Dalam bisnis korupsi telah meningkatkan biaya ekonomi tinggi.

Dunia bisnis terhenyak ketika insiden bangkrutnya Enron Corp terjadi pada Oktober 2001. Enron melaporkan kerugian ratusan juta dollar di wall street. Sebuah perusahaan beromzet US\$ 100 Milyar tiba-tiba kolaps dan harus menanggung rugi lebih dari US\$50 Milyar. Harga sahamnya turun hingga seperduaratus. Dana pensiun 7500 karyawan habis karena untuk membeli sahamnya sendiri. Sebuah rekor kebangkrutan terburuk di Amerika sepanjang sejarah. Sistem akuntansi yang korup adalah penyebab utama kebangkrutan Enron, Pendapatan di *mark up* sampai US\$ 600 juta, utang senilai US\$ 1,2 Milyar disembunyikan dengan teknik *off balance sheet*.²²⁸

Fenomena ini memberikan perenungan bahwa bisnis korporasi dapat saja melakukan tindakan penyimpangan atau bahkan kejahatan yang berakibat sangat dahsyat bagi sosial ekonomi. Ada sesuatu yang terselubung selama ini mengenai hukum korporasi dan itu berarti harus dibongkar. Gagasan menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas keuangan (*financial disclosure*), mulai mengemuka melalui *Good Corporate Governance*.²²⁹

Kejadian-kejadian buruk tersebut membuat gerakan anti korupsi pada korporasi terus bergulir. *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD) membuat *Convention on*

²²⁷ David Hess dan Thomas W. Dunfee, Fighting Corruption: A Principled Approach; The C2 Principles (Combating Corruption) Symposium: Fighting International Corruption and Bribery the 21st Century, *Cornell International Law Journal* 33 (2000), h. 549.

²²⁸ Sudirman Said, Enron dan Akuntan Publik, *Majalah Temp*, Kolom No 49/XXX/4-10 Februari 2002... Kebrorokan ini terjadi ketika Sherron Watskin melaporkan praktik tidak terpuji atas tindakan auditor Arthur Andersen karena merekayasa laporan keuangan Enron.

²²⁹ A. Prasetyantoko, Enron dan Good Corporate Governance, 11 Oktober 2002 diunduh dari <http://els.bappenas.go.id/upload/other/Good%20Corporate%20Governance.html>.

Combating Bribery for Foreign Public Officials in International Business Transaction, yang merupakan instrumen global terbentuknya *The United Nations Convention Against Corruption* (UNCAC) pada Desember 2005. UNCAC berupaya untuk mengatasi masalah korupsi oleh *Multinational Corporation* yang beroperasi di berbagai negara (*cross borders*), yang kemudian lebih dikenal dengan sebutan *transaccional Corruption*. Gerakan ini mempunyai banyak hambatan karena persoalan yurisdiksi sehingga menuntut adanya *trans-govermental network*.²³⁰

Sebagai perbandingan di Indonesia juga telah mengatur korupsi yang dilakukan oleh korporasi, melalui Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 31 Tahun 1999 tentang pemberantasan tindak pidana korupsi (UU Anti Korupsi). Perkembangan baru yang diatur dalam undang-undang ini yang sebelumnya belum diatur dalam undang-undang Nomor 3 tahun 1971 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, adalah korporasi sebagai subyek tindak pidana korupsi yang dapat dikenakan sanksi.

Dari perspektif bisnis, sesungguhnya korupsi justru memberikan dampak negatif, yaitu:

- *Legal risks*
- *Reputational risks*
- *Financial costs*
- *Known as clean and repeat demand*
- *Blackmail, no recourse and security risks*
- *The one who cheat will be cheated against*

²³⁰ Patrick X. Delaney, *Transnational Corruption: Regulation Across Borders*, *Virginia Journal of International Law* 47 (Winter 2007) h. 417.

- *Companies have a vested interest in sustainable social, economic and environmental development*²³¹

Selain itu, korupsi korporasi menurut Janet M. Dine justru akan merusak sistem pasar bebas dan tidak sesuai dengan ajaran *Neo-Classical Economics*. Korupsi akan memberikan tambahan biaya dan bertentangan dengan prinsip efisiensi.²³²

Relasi antara korupsi oleh korporasi CS, didasarkan adanya tuntutan keterbukaan tidak saja pada persoalan *financial* tetapi juga pada *non financial disclosure*, dalam bentuk *CSR Reporting*, untuk menghindari penyimpangan kepentingan sosial (*sosial abuse*). Seperti yang dikatakan Allison M. Snyder, yaitu:

*“Corporate social responsibility (CSR) reporting provides such a solution. Proponents claim that non financial reporting by companies will improve not only corporations actions, but also enable shareholders and stakeholder to make better and more informed choices. One commentator maintains that disclosure provides a way of governments to assure control of corporate abuse and promote the public interest”*²³³

Duncan McLaren menambahkan bahwa sebaiknya bursa saham juga memberikan perintah bagi setiap emiten, untuk membuat *non financial disclosure*. Hal ini perlu dilakukan demi kepentingan keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) itu sendiri, karena pembeli saham di bursa juga akan

²³¹ Transparency and Anti-corruption diunduh dari <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/anticorruption.htm>

²³² Janet M. Dine, The Capture Of Corruption: Complexity And Corporate Culture, Symposium Rethinking Corruption: An Interdisciplinary Look at a Fundamental Problem, *Pacific McGeorge Global Business & Development Law Journal* 20 (2007), h. 276-277.

²³³ Allison M. Snyder, Holding Mutinational Corporations Accountable: Is Non-Financial Dislosure The Answer?, *Columbia Business Law Review* 2007 (2007), h. 566-567.

mempertimbangkan hal tersebut sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi.²³⁴

Berbagai kasus seperti Enron dan kasus-kasus lainnya telah menunjukkan bahwa kebangkrutan korporasi karena manipulasi dan korupsi menimbulkan banyaknya gangguan dan persoalan kesejahteraan sosial.²³⁵ Sebenarnya pada intinya korupsi merupakan suatu kejahatan yang mempunyai dampak yang begitu luas. Tidak saja merusak sistem ekonomi tetapi juga akan berdampak pada situasi sosial kemasyarakatan.

F. *Governance Standart for Islamic Financial Institution*

CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi keuangan Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika dan *discretionary responsibilities*.²³⁶ *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk *Islamic Financial Institution* (IFI) mengacu pada semua kegiatan yang dilakukan oleh IFI untuk memenuhi agama, ekonomi, tanggung jawab hukum, etika dan diskresioner sebagai perantara keuangan untuk individu dan lembaga.²³⁷

AAOIFI sendiri didirikan pada tahun 1991 dan berbasis di Bahrain. AAOIFI merupakan organisasi internasional Islam non-badan hukum nirlaba yang bertanggung jawab untuk penerbitan, merumuskan standar dan isu-isu terkait akuntansi, audit, pemerintahan, etika, dan standar syariah Islam untuk lembaga (keuangan) Islam. Di antara prestasi yang paling luar biasa sejauh ini

²³⁴ Duncan McLaren, *Global Stakeholders: Corporate Accountability and Investor Engagement*, dalam Allison M. Synder, *Ibid*.

²³⁵ Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial* ... h. 264.

²³⁶ Junaidi, Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index, *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 2015, h. 75.

²³⁷ AAOIFI, *Governance Standart No. 7 (GS 7): Corporate Social Responsibility Conduct and Disclosure for Islamic Financial Institutions*, (Bahrain: 2010), h. 1.

adalah penerbitan 94 standar, di bidang syariah, akuntansi, audit, etika dan tata kelola. standar yang diadopsi oleh bank sentral dan otoritas terkait di sejumlah negara, baik secara wajib atau sebagai dasar pedoman. AAOIFI didukung oleh jumlah anggota lembaga, termasuk bank sentral dan otoritas regulasi, lembaga keuangan, akuntansi dan audit perusahaan, dan perusahaan hukum, dari lebih dari 45 negara. standar perusahaan sedang diikuti oleh lembaga-lembaga keuangan Islam terkemuka di seluruh dunia dan telah memperkenalkan tingkat progresif harmonisasi praktik keuangan Islam internasional.²³⁸

Terkait dengan implementasi *social report* pada suatu institusi AAOIFI mengeluarkan *Governance Standart* no. 7 yang secara khusus membahas mengenai CSR yaitu *corporate social responsibility conduct and disclosure for islamic financial institutions*. Prinsip-prinsip mengenai standar ini pada dasarnya berlaku untuk semua IFI, terlepas dari bentuk hukumnya, negara pendirian atau ukuran. Standar ini tidak hanya fokus pada tanggung jawab ekonomi atau hukum saja tetapi juga kepada struktur manajemen/akuntansi dan yang berada diluar akuntansi serta standar tata kelolanya dirancang untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi, sementara tanggung jawab hukum dikodifikasi dan ditegakkan oleh (masing-masing) negara dan sesuai dengan fungsinya.²³⁹

1. Tujuan Penerapan *Governance Standart*

Tujuan utama dari *Governance Standart* IFI ini adalah untuk memberikan standar yang seragam dan aturan kepatuhan untuk IFI. Hal ini tidak dimaksudkan untuk memberikan standar atau baru kepada IFI tetapi lebih kepada menyusun prinsip-prinsip dan aturan yang ada dalam format yang terstruktur yang komprehensif. Selain tujuan utama di atas, *Governance Standart* IFI juga bertujuan untuk memastikan bahwa standar ini telah dikomunikasikan dalam seragam, secara jujur, transparan dan dipahami oleh pemangku kepentingan dan menyampaikan akuntabilitasnya kepada mereka yang berkepentingan. Pada intinya

²³⁸ Dikutip dari website AAOIFI, <http://aaoifi.com/about-aaoifi/?lang=en>

²³⁹ AAOIFI, *Governance Standart No. 7*,... h. 1.

standar ini mendorong IFI untuk mengambil peran proaktif dalam menerapkan tanggung jawab sosial dengan semua aspek operasional mereka.²⁴⁰

2. Tanggung Jawab Institusi berdasarkan *Governance Standart*

Standar ini menekankan sebuah *islamic institution* untuk melakukan tindakan yang wajib dilakukan (*mandatory conduct*) dan tindakan yang direkomendasi (*recommended conduct*).²⁴¹

a. *Mandatory Conduct*

- 1) Kebijakan untuk skrining klien (*policy for screening clients*)
- 2) Kebijakan untuk pertanggungjawaban atas kesepakatan dengan klien (*policy for responsible dealing with clients*)
- 3) Kebijakan untuk penghasilan dan pengeluaran dilarang oleh syariat (diperbolehkan atau haram transaksi) (*policy for earnings and expenditure prohibited by Shari'a (impermissible or haram transactions)*)
- 4) Kebijakan untuk kesejahteraan karyawan (*policy for employee welfare*)
- 5) Kebijakan untuk Zakat (*policy for zakah*)

b. *Recommended Conduct*

- 1) Kebijakan untuk *qard hasan* (*policy for qard hasan*)
- 2) Kebijakan untuk pengurangan dampak buruk terhadap lingkungan (*policy for reduction of adverse impact on the environment*)
- 3) Kebijakan untuk sosial, pembangunan dan lingkungan berdasarkan kuota investasi (*policy for social, development and environment based investment quotas*)
- 4) Kebijakan untuk keunggulan pelayanan pelanggan (*policy for par excellence customer service*)

²⁴⁰ *Ibid.*, h. 2.

²⁴¹ *Ibid.*

- 5) Kebijakan untuk mikro dan usaha kecil dan tabungan sosial dan investasi (*policy for micro and small business and social savings and investments*)
- 6) Kebijakan untuk kegiatan amal (*policy for charitable activities*)
- 7) Kebijakan pengelolaan wakaf (*policy for waqf management*)

3. Persyaratan Pengungkapan Dan Penyajian *Social Reporting*

Pengungkapan CSR menurut *governance standart* harus diungkapkan dalam laporan tahunan. Begitu juga kebijakan dari *islamic institution* terkait dengan perilaku CSR wajib dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi dari para pemangku kepentingan. Pengungkapan CSR juga dapat dilakukan dalam laporan lainnya yang secara khusus ditujukan bagi masyarakat umum. Perlu digaris bawahi bahwa pengungkapan di atas dimaksudkan untuk menjadikan suatu pelaporan yang komprehensif karena pengguna cukup luas. Oleh karena itu pengungkapan harus dirancang dengan tujuan membuat mereka sebagai dimengerti mungkin untuk masyarakat umum.²⁴²

4. Tanggung Jawab Intitusi Berdasar *Governance Standart*

a. Kepatuhan dan Fungsi Atestasi

Direksi bertanggung jawab atas kepatuhan institusinya dengan ketentuan pada standar ini dan memberikan atestasi yang independen terkait perilaku CSR sebagai jaminan kepada para pemangku kepentingan. Sikap kepatuhan institusi tercermin dari tindakan wajib dan tindakan yang direkomendasikan sesuai ketentuan CSR. Sedangkan fungsi atestasi berupa laporan CSR yang dilakukan oleh manajemen.²⁴³ Tindakan atestasi institusi menurut standar ini yaitu termasuk.²⁴⁴

²⁴² *Ibid.*, h. 8.

²⁴³ *Ibid.*, h. 11-12.

²⁴⁴ *Ibid.*, h. 12.

- 1) Memberikan pernyataan yang menyatakan bahwa manajemen memiliki sikap pro-aktif terkait dalam ketentuan wajib dan sukarela dari standar CSR dalam semua tindakannya
- 2) Memberikan pernyataan yang menyatakan bahwa representasi manajemen dalam laporan tahunan mengenai CSR terepresentasi dari perilaku aktual manajemen.

b. Fungsi Pelaksanaan

Terlaksananya tindakan tanggung jawab untuk pengimplementasian standar ini terletak/tergantung pada manajemen dari institusi tersebut.²⁴⁵

G. Islamic Social Reporting (ISR)

Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan *Corporate Social Reporting* (CSR) dalam dunia bisnis, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial atau yang sering disebut dengan *social reporting*. Banyak pendapat yang menjelaskan mengenai pengungkapan *social reporting*. *Social reporting* merupakan perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian.²⁴⁶ Kaitannya dengan Islam, Islam telah menjelaskan cukup jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Alquran dan Hadis. Hal tersebut dikarenakan Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di muka bumi.

Siwar dan Hossain menyatakan bahwa landasan dasar dari agama Islam adalah *aqidah* (*belief and faith*), *ibadah* (*worship*), dan *akhlaq* (*morality and*

²⁴⁵ *Ibid.*

²⁴⁶ R. Haniffa, Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective, *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), 2002, h.133.

ethics).²⁴⁷ Utamanya dalam ekonomi adalah akuntabilitas, salah satu bentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam adalah pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat.

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
 ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ
 ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنَى السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ
 الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّادِقِينَ فِي الْبَأْسَاءِ
 وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

“bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”.²⁴⁸

Ayat ini mencakup sendi-sendi yang agung, kaidah-kaidah umum, dan aqidah yang lurus. Penafisran ini adalah ketika pertama kali Allah Swt. memerintahkan orang-orang mukmin menghadap Baitul Maqdis dan kemudian mengalihkan ke Ka'bah, sebagian Ahlul Kitab dan kaum muslimin merasa keberatan. Maka Allah Swt., memberikan penjelasan mengenai hikmah pengalihan kiblat tersebut, yaitu bahwa ketaatan kepada Allah Swt, patuh pada semua perintah-Nya, menghadap kemana saja yang diperintahkan, dan mengikuti

²⁴⁷ C. Siwar dan M. T. Hossain, C. Siwar dan M. T. Hossain “An analysis of Islamic CSR concept and th opinion of Malaysian managers”. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20, 2009, h. 293.

²⁴⁸ Q.S. Al Baqarah/2 :177.

apa yang telah disyariatkan, ini disebut kebaikan, ketakwaan, dan keimanan yang sempurna²⁴⁹. Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Alquran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah Swt., kitab-Nya, dan hari kiamat, Alquran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Dalam perspektif Islam, *social report* adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama Islam ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah.²⁵⁰ ISR menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial baik bagi individu maupun institusi.

Menurut Islam, *social report* yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. *Social report* juga harus

²⁴⁹ *Lubaabut tafsir min Ibnu Katsir* diterjemahkan tafsir Ibnu Katsir oleh M. Abdul Ghoffar E.M., Abdurrahim Mu'thi, Abu Ihsan Al-Atsari; pengedit, M Yusuf Harun....[et al]., Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi-I, 2004, h. 324.

²⁵⁰ E. Suharto, CSR Syariah. *Majalah Bisnis & CSR*, Vol. 3 No. 16, Agustus 2010, h. 212.

mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati.²⁵¹ Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah *mahdhah*.

Selain itu, pelaksanaan CSR dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Alquran memaparkan bahwa sirkulasi kekayaan terjadi pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang.²⁵²

Praktik CSR dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami. Operasional perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktik korupsi (*fight against corruption*) dan memberi jaminan layanan maksimal sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpercaya bagi setiap produknya (*provision-development of safe and reliable products*).

Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, Islam juga memerintahkan praktik CSR pada lingkungan. Lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam. Prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Karena Allah Swt. menciptakan alam semesta ini secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif (lihat Q.S. Al Qamar/54: 49) dan dalam kondisi yang seimbang (QS. Al Hadid/57: 7). Sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah Swt.. Dari prinsip ini maka konsekuensinya adalah jika manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah Swt., maka alam secara keseluruhan akan mengalami penderitaan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia.

Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dengan begitu jelas tentang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam CSR, padahal

²⁵¹ *Ibid.*, h. 213.

²⁵² S. M. Yusanto dan A. M. Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*. (Jakarta: Al Azhar Press, 2009), h.166.

isu CSR baru dimulai pada abad ke-20. Bahkan dalam berbagai *code of conduct* yang dibuat oleh beberapa lembaga, Islam telah memberikan penjelasan terlebih dahulu. Misalnya, dalam draft ISO 26000, *Global Reporting Initiatives* (GRI), *UN Global Compact*, *International Finance Corporation* (IFC), dan lainnya telah menegaskan berbagai instrumen indikator bagi pelaksanaan komitmen CSR perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan, seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat. Apabila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami.²⁵³

Bangunan ekonomi Islam, aktivitas sosial juga menjadi salah satu elemen yang memiliki peran yang sangat signifikan dalam mekanisme perekonomian. Sektor sosial dalam sebuah sistem perekonomian dapat diklasifikasikan ke dalam sektor sukarela (*voluntary sector*) atau lebih dikenal dengan sektor ketiga. Sektor ini menjadi pelengkap dari dua sektor utama yaitu sektor publik dan sektor swasta.²⁵⁴

ISR saat ini merupakan tuntutan publik agar perusahaan melakukannya, ini terjadi karena kesadaran masyarakat mengenai pentingnya *social report* tersebut. Seperti dikemukakan oleh Fitria dan Hartanti bahwa tanggung jawab sosial merupakan wacana yang makin umum dalam dunia bisnis di Indonesia, dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktiknya dalam bisnis.²⁵⁵

²⁵³ M. E. Sampurna, *Sinergi CSR dalam Perspektif Islam*. 2007. Dipetik 15 Juli, 2015, dari www.csrindonesia.com/data/articles/20080310083332-a.pdf.

²⁵⁴ Sakti, *Analisis Teoritis Ekonomi Islam Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*. (Tangerang: AQSA-publishing, 2007), h.33

²⁵⁵ Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, *Islam Dan Tanggung Jawab Sosial ...*, 2010, h. 2

H. Kerangka Syariah ISR

Kerangka syariah ISR pertama kali Ross Haniffa pada tahun 2002 dalam tulisannya yang berjudul “*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*”. ISR lebih lanjut dikembangkan secara lebih ekstensif oleh Rohana Othman, Azlan Md Thani, dan Erlane K Ghani pada tahun 2009 di Malaysia dan saat ini ISR masih terus dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Menurut Haniffa terdapat banyak keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional, sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual ISR yang berdasarkan ketentuan syariah.²⁵⁶

ISR tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat menjadi landasan dasar atas terbentuknya ISR yang komprehensif. Kerangka syariah ini akan menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual dalam pelaporan ISR perusahaan.²⁵⁷

Tauhid dalam kerangka syariah merupakan pondasi dari ajaran Islam. Secara bahasa, tauhid berasal dari kata *Ahad*, yang artinya satu, tunggal, esa. Sedang secara istilah tauhid memiliki makna yakin bahwa Allah Swt., adalah esa dan tidak ada sekutu bagi-Nya dalam *rububiyah* (ketuhanan), *uluhiyah* (ibadah), *asma*” (nama-nama), dan sifat-sifat-Nya. Dengan tauhid menunjukkan bahwa alam semesta ini satu dan bahwa kesatuan seluruh isi dan tatanannya ekonomi, politik, sosial, maupun lingkungan di alam semesta ini diikat oleh sebuah inti. Inti itu adalah *Tauhid* (Q.S. Thaha/20: 53-54).

Wujud dari tauhid adalah *syahadat*. *Syahadat* yaitu pengakuan akan keesaan Allah Swt., yang diyakini dalam hati, dibenarkan dengan lisannya, dan dibuktikan dengan amal perbuatan nyata. *Syahadat* menjadi salah satu rukun Islam dan merupakan syarat utama seseorang masuk agama Islam. Orang yang mengucapkan syahadat akan menerima konsekwensi dari tauhid berupa

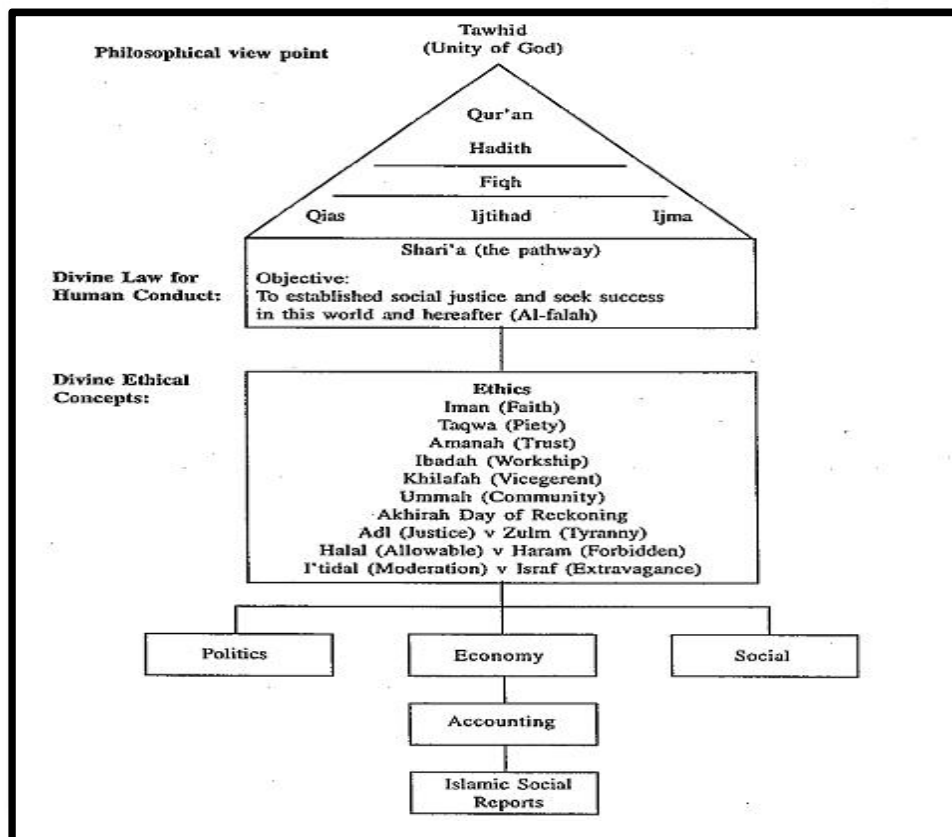
²⁵⁶ R. Haniffa, *Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*, *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), 2002, h.128.

²⁵⁷ *Ibid.*

kewajiban untuk tunduk terhadap segala hukum Allah Swt., yang bersumber dari Alquran, Hadis, fikih, dan sumber lainnya seperti *Qias*, *Ijtihad*, dan *Ijma*. Tujuan dari hukum syariah ini adalah untuk menegakkan keadilan sosial dan mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat (*al falah*).²⁵⁸

Gambar 1

Kerangka Syariah ISR



Sumber: Haniffa, 2002

Kemudian hukum syariah ini akan menjadi dasar terbentuknya konsep etika dalam Islam. Secara umum, etika dalam Islam terdiri dari sepuluh etika yang mengatur hubungan manusia dengan Allah Swt., manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam semesta.

²⁵⁸ R. Haniffa, Social Reporting Disclosure ... h.134

Kesepuluh konsep etika tersebut adalah *iman (faith)*, *taqwa (piety)*, *amanah (trust)*, *ibadah (workship)*, *khilafah (vicegerent)*, *ummah (community)*, keyakinan akan datangnya hari kiamat (*akhirah day of reckoning*), *adl (justice)* dan *zulm (tyrnnny)*, *halal (allowable)* dan *haram (forbidden)*, serta *i'tidal (moderation)* dan *israf (extravagance)*. Etika ini akan menjadi landasan manusia dalam melakukan aktivitas politik, ekonomi, dan sosial. ISR berada pada lingkup aktivitas ekonomi, khususnya aspek akuntansi. Dengan demikian, ISR merupakan bagian dari kerangka syariah.

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.²⁵⁹

Tabel 5
Tujuan ISR

Tujuan ISR	
<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah Swt. dan masyarakat • Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan. 	
Bentuk Akuntabilitas:	Bentuk Transparansi:
1. Menyediakan prduk yang halal dan bai	1. Memberikan informasi mengenai semua kegiatan halal dan haram dilakukan

²⁵⁹ Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, "Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan *Global Reporting Initiative* Indeks Dan *Islamic Social Reporting* Indeks". Simposium Nasional Akuntansi 13 Purwokerto, 2010, h. 6.

2. Memenuhi hak-hak Allah dan masyarakat	2. Memberikan informasi yang relevan mengenai pembiayaan dan kebijakan investasi
3. Mengejar keuntungan yang wajar sesuai dengan prinsip Islam	3. Memberikan informasi yang relevan mengenai kebijakan karyawan
4. Mencapai tujuan usaha bisnis	4. Memberikan informasi yang relevan mengenai hubungan dengan masyarakat
5. Menjadi karyawan dan masyarakat	5. Memberikan informasi yang relevan mengenai penggunaan sumber daya dan perlindungan lingkungan
6. Memastikan kegiatan usaha yang berkelanjutan secara ekologis	
7. Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah	

Sumber: diolah dari Haniffa (2002), 2017

I. Tema Pengungkapan ISR

Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Haniffa membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR, yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup.²⁶⁰ Kemudian dikembangkan oleh Othman *et al.*, dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema tata kelola perusahaan.²⁶¹

1. Pendanaan dan Investasi (*Finance & Investment*)

Informasi yang akan diungkapkan adalah apakah sumber pembiayaan dan investasi yang bebas bunga (riba) dan spekulatif (gharar) karena hal ini sangat dilarang (haram) dalam Islam²⁶² sebagaimana disebutkan dalam Alquran. Berikut firman Allah terkait pelarangan riba :

²⁶⁰ R. Haniffa, Social Reporting Disclosure ... h. 137.

²⁶¹ R. Othman, Thani, A. Md., and E.K. Ghani.. "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia", *Research Journal of International Studies*, Vol. 12, 2009, h. 9.

²⁶² R. Othman and A. M. Thani, Islamic social reporting of listed companies in Malaysia. *International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 2010. h. 137.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾
 فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِۦ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
 أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. 279. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.²⁶³

Tafsir Ibnu Katsir dari ayat ini menyatakan bahwa Allah Swt., memerintahkan hamba-hamba-Nya sekaligus melarang mereka mengerjakan hal-hal yang dapat mendekatkan kepada kemurkaan-Nya serta menjauhkan dari kemurkaan-Nya dan mejauhkan dari keridhaan-Nya. Beriman kepada syariat Allah Swt., yang telah ditetapkan kepada kalian, berupa penghalalan jual beli, pengharaman riba dan lain sebagainya.²⁶⁴ Ayat ini merupakan peringatan keras dan ancaman yang sangat tegas bagi orang yang masih tetap mempratekkan riba setelah adanya peringatan tersebut.²⁶⁵

2. Produk dan Jasa (*Products and Services*)

Konsep ini merupakan tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan semua produk atau jasa yang jatuh ke dalam kategori haram (dilarang) seperti minuman keras, babi, transaksi senjata, perjudian dan hiburan. Muslim benar-benar peduli dengan status halal dari produk/jasa.²⁶⁶ Ini didukung oleh hadis berikut: *Sesungguhnya Allah dan*

²⁶³ Q.S. Al Baqarah/2 :278-279.

²⁶⁴ Tafsir Ibnu Katsir, ... h. 556.

²⁶⁵ *Ibid.*

²⁶⁶ R. Hanifaa, Social Reporting Disclosure ... h. 140.

Rasul-Nya telah melarang penjualan anggur, bangkai, babi dan berhala (HR. Bukhari).²⁶⁷

3. Karyawan (*Employees*)

Masyarakat Islam perlu tahu jika perusahaan dikelola secara adil terkait karyawan seperti informasi mengenai upah, sifat pekerjaan, jam kerja per hari, cuti tahunan, kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan mengenai hal-hal keagamaan seperti waktu shalat dan tempat, pendidikan dan pelatihan dukungan kepada karyawan, kesempatan yang sama dan lingkungan kerja.²⁶⁸ Pengusaha diharapkan untuk bermurah hati kepada karyawan mereka, hal ini berdalil dengan hadis dari Abdullah bin Umar RA bahwasanya Rasulullah SAW bersabda, "*Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering*" (HR Ibnu Majah).²⁶⁹ Hadis sahih ini berupa perintah yang wajib ditunaikan para majikan. Haram hukumnya menanggukhan gaji pekerja tanpa alasan yang syar'i.

4. Masyarakat (*Community Involvement*)

Kebutuhan umat atau masyarakat luas dapat dicapai melalui *saddaqa* (amal), *wakaf* (*trust*)²⁷⁰ dan *qard hassan* (pinjaman tanpa *profit*). Perusahaan-perusahaan harus mengungkapkan perannya dalam meningkatkan pembangunan ekonomi dan mengatasi masalah sosial (misalnya; perumahan, buta huruf, beasiswa dan lain sebagainya) dari masyarakat di mana mereka beroperasi.²⁷¹ Seperti yang tercantum dalam Alquran:

²⁶⁷ Imam Abi al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburiy, *Shahih Muslim* (Beirut: Dar al-Kitab al-Imaniyah, 1995) juz 5 h. 35.

²⁶⁸ Rohana Othman and A. M. Thani, *Islamic Social Reporting ...* h. 138.

²⁶⁹ Muhammad Abi Abdillah, *Sunan ibnu Majjah* (Istanbul: Dar Da'wah, 1992), h. 722.

²⁷⁰ R. Haniffa, *Social Reporting Disclosure ...* h. 140.

²⁷¹ B. Maali, P. Casson and C Napier, "Social Reporting by Islamic Banks", *ABACUS*, V ol. 42 No. 2, 2006, h. 270.

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ
لَكُمْ وَكَفِّرْ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿٢٧١﴾

*jika kamu Menampakkan sedekah(mu), Maka itu adalah baik sekali. dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, Maka Menyembunyikan itu lebih baik bagimu. dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu; dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.*²⁷²

Penafsiran Ibnu Katsir mengenai ayat diatas menyatakan bahwa di dalam ayat tersebut terdapat dalil yang menunjukkan bahwa memberi sedekah secara sembunyi-semunyi itu lebih baik jauh dari sikap riya'. Namun, menampakkan sedekah bisa saja dilakukan jika akan mendatangkan kemaslahatan dan mejadi contoh bagi orang lain, sehingga hal itu menjadi afdhal.²⁷³

5. Lingkungan Hidup (*Environment*)

Perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam setiap jenis kegiatan yang mungkin menghancurkan atau merusak lingkungan. Dengan demikian, informasi yang terkait dengan penggunaan sumber daya dan program yang dilakukan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan.²⁷⁴ Alquran mengutuk eksploitasi lingkungan, seperti yang termaktub dalam firman Allah berikut ini,

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

*telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).*²⁷⁵

²⁷² Q.S. Al Baqarah/2 :271

²⁷³ Tafsir Ibnu Katsir, ... h. 539.

²⁷⁴ Rohana Othman and A. M. Thani, Islamic Social Reporting ... h. 138.

²⁷⁵ Q.S. Ar-Ruum/30 :41

Dalam tafsir Ibnu Katsir, Abul'Aliyah berkata “Barang siapa yang berlaku maksiat kepada Allah di muka bumi, berarti dia telah berbuat kerusakan di dalamnya. Karena kebaikan bumi dan langit adalah dengan ketaatan”.²⁷⁶ Oleh karena itu jika hudud ditegakkan, niscaya manusia dan mayoritas mereka akan menahan diri dari melakukan hal-hal yang diharamkan. Dan jika maksiat-maksiat ditinggalkan, maka hal tersebut menjadi sebab tercapainya berbagai berkah dari langit dan bumi.²⁷⁷

6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tata kelola perusahaan dalam ISR merupakan penambahan dari Othman *et al.*, dimana tema ini tidak bisa dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan pada aspek syariah perusahaan.²⁷⁸ Prinsipnya dalam konsep *corporate governance* perusahaan harus mengungkapkan semua kegiatan yang dilarang seperti praktek monopoli, penimbunan barang yang diperlukan, manipulasi harga, perjudian, permainan dan segala jenis kegiatan yang melanggar hukum.

Corporate governance dalam perspektif Islam atau dapat diistilahkan dengan *Islamic corporate governance* senantiasa mengaitkan segala konsep dan tingkah-laku dalam tata kelola bisnis dengan hal-hal yang bersifat transendental dan imanen. Hal ini merupakan sebuah konsekuensi keimanan seorang muslim kepada Allah Swt. Maka dari sini kita mengenal nilai tauhid sebagai landasan atas segala keyakinan, pemikiran dan prilaku seorang muslim, termasuk dalam memahami *corporate governance*.

Salah satu prinsip yang merupakan turunan terbesar dari nilai tauhid adalah prinsip keadilan. Alquran senantiasa mendorong umatnya untuk bersikap adil dalam setiap hal, baik dalam masalah aqidah, syariah,

²⁷⁶ Tafsir Ibnu Katsir, ... h. 539.

²⁷⁷ *Ibid.*

²⁷⁸ R. Othman, Thani, A. Md., and E.K. Ghani.. “Determinants of Islamic Social Reporting.... h. 9.

maupun akhlak sebagai konsekuensi atas keimanan dan untuk mencapai derajat ketakwaan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*²⁷⁹

Maksud dari ayat diatas adalah, jadilah kalian penegak kebenaran karena Allah Swt., bukan karena manusia atau mencari popularitas. Dan jadilah saksi dengan adil. Maksudnya secara adil dan bukan secara curang.²⁸⁰ Sejalan dengan ayat tersebut, salah satu prinsip dalam pelaksanaan *corporate governance* adalah *fairness* (kesetaraan atau keadilan) yang dimaksudkan untuk menghadirkan pengelolaan perusahaan yang adil bagi setiap pihak. Jika dikaitkan dengan syariah, maka keadilan tersebut harus mencakup aspek spiritual dan material. Maka makna adil dapat diperluas pada setiap prinsip yang terdapat dalam *Corporate Governance* maupun nilai-nilai lain yang dapat dimunculkan atas implementasi keadilan.

²⁷⁹ Q.S. Al-Maidah/5 : 8.

²⁸⁰ Tafsir Ibnu Katsir, ... h. 45.

J. Kajian Penelitian terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan dengan *Social Report Disclosure* khususnya *Islamic Social Reporting* serta unsur-unsur lain yang terkait yaitu sebagai berikut:

Tabel 6
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1	Safarina, <i>Journal of Education and Social Sciences</i> , Vol. 4, (June.), 2016	<i>The Development Of Islamic Social And Environmental Reporting</i>	Studi literatur antara tahun 2000-2014 ini menegaskan bahwa evolusi pelaporan sosial dan lingkungan Islam kurang terstruktur. Peneliti terdahulu lebih perhatian pada lembaga keuangan Islam daripada perusahaan/ industri lainnya. Studi baru-baru ini lebih tertuju pada pemaparan secara deskriptif dan bersifat empiris yang mencoba untuk membuktikan indeks dikembangkan oleh para peneliti sebelumnya dan penelitian kedepannya harus lebih dieksplorasi konsep (lain) dari pelaporan sosial yang berkelanjutan sesuai dengan pedoman Syariah.
2	Indrawaty and Siti Maria Wardayati, <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> 219 (2016).	<i>Implementing islamic corporate governance (ICG) and Islamic Social Reporting (ISR) in Islamic Financial Institution (IFI).</i>	Penentu <i>Islamic Corporate Governance</i> , antara lain keberadaan dan komposisi keanggotaan dewan pengawas syariah, ukuran dan komposisi dewan komisaris, frekuensi dewan komisaris, ukuran dan komposisi komite audit, dan jumlah pertemuan komite audit.
3	Ni Luh Putu Mila Anggreni, I Gusti Ayu Nyoman Budiasih. <i>Jurnal Buletin Studi Ekonomi</i>	Peran <i>Media Exposure</i> Bagi Pasar Modal Indonesia	Hasil penelitian ini adalah umur perusahaan berpengaruh signifikan pada reaksi pasar dalam luas pengungkapan CSR, <i>media exposure</i> tidak berpengaruh pada reaksi pasar, Luas pengungkapan CSR berpengaruh negatif pada

	Vol. 21, No. 1, Februari 2016.		reaksi pasar, dan terdapat perbedaan rata-rata luas pengungkapan CSR perusahaan terkategori <i>high-profile</i> dan <i>low-profile</i>
4	Sherif El-Halaby and Khaled Hussainey <i>International Journal Of Business</i> , 20(3), 2015	<i>The Determinants of Social Accountability Disclosure: Evidence from Islamic Banks around the World</i>	Menemukan hubungan yang positif antara tingkat <i>CSR Disclosure</i> dan standar akuntansi; Jenis auditor; ukuran bank dan keberadaan departemen audit Syariah. Penelitian ini memberikan kontribusi literatur akuntansi Islam dengan menjadi yang pertama untuk menyelidiki CSRD di <i>Islamic Banks</i> di seluruh dunia. Penelitian ini yang pertama menghubungkan CSRD berdasarkan standar AAOIFI dengan bank yang spesifik dan karakteristik khusus pada suatu negara.
5	Resa Saridona dan Martha Fani Cahyandito, <i>International Conference on Economics and Banking</i> , 2015	<i>Social Performance of Indonesia Islamic Banking: Analysis of Islamic Social Reporting Index</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa, kinerja sosial bank syariah Indonesia, yang terungkap dalam laporan tahunan 2013, dalam kategori 'baik'. Kinerja sosial pada penelitian ini didasarkan pada Pelaporan Index Sosial Islam. Secara umum, kegiatan CSR yang dilakukan oleh Bank berbasis Islam di Indonesia, sudah fokus pada kegiatan sosial, termasuk bantuan bagi masyarakat istimewa, program pendidikan seperti perbaikan alat pendidikan, dan juga perawatan kesehatan. Sayangnya, hanya sedikit bank-bank tersebut yang memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan.
6	Wan Amalina Wan Abdullah, Majella Percy dan Jenny Stewart, , <i>Journal of International Accounting</i>	<i>Corporate Governance Disclosure Practices of Islamic banks: the Case of Islamic banks in the Southeast Asian and the Gulf</i>	Tingkat pengungkapan CG bank syariah dalam laporan tahunan kurang dari 50 persen. Gabungan CG dan Pengawas Syariah Dewan (SSB) karakteristik yang positif terkait dengan pengungkapan CG sukarela. Selain itu, pengungkapan CG sukarela juga ditemukan berhubungan negatif dengan tingkat

	<i>Research (JIAR) Conference 2014.</i>	<i>Cooperation Council region</i>	represi politik dan sipil, tetapi ukuran, kode negara hukum, secara positif terkait dengan pengungkapan CG sukarela.
7	Syahiza Arsad, Roshima Said, Haslinda Yusoff, Yusuf Haji-Othman & Rahayati Ahmad. <i>European Journal of Business and Management</i> , Vol.6, No.36, 2014	<i>The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: Empirical Evidence from Shari'ah Compliant Companies</i>	Tingkat pengungkapan <i>Islamic CSR</i> secara keseluruhan masih cukup rendah dan masih kurang menyentuh nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam atau di bawah perlindungan iman (<i>Al-Din</i>). Hasilnya adalah konsisten dengan penelitian sebelumnya. Ditemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan <i>Islamic CSR</i> dan kinerja perusahaan.
8	Tria Karina Putri, Etna Nur Afri Yuyetta. <i>Diponegoro Journal Of Accounting</i> , Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012	Ukuran perusahaan, tipe industri, dan surat berharga syariah berpengaruh positif terhadap <i>Islamic Social Reporting</i> . Hal ini menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan, industri yang tergolong dalam perusahaan manufaktur, dan perusahaan yang memiliki jenis surat berharga lebih banyak mengungkapkan informasi <i>Islamic Social Reporting</i> lebih luas.
9	Ira Agustine , <i>FINESTA</i> Vol. 2, No. 1, 2014	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Namun CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara langsung.
10	Sofyani, Hafiez. <i>Summary Research</i> , Fakultas Ekonomika dan Bisnis	<i>Islamic Social Reporting</i> Perbankan Syariah Di Indonesia, Malaysia Dan Saudi Arabia: Sebuah	Aktivitas sosial perbankan Islam tertinggi adalah di Malaysia, kedua di Indonesia dan terendah di Saudi Arabia.

	Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2014	Studi Menggunakan Anova	
11	Dewa Made Bagus Umbara dan I Ketut Suryanawa, <i>E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana</i> 9.2 (2014)	Pengaruh Pengungkapan Tanggung jawab Sosial pada Nilai Perusahaan	Pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan; (2) pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang terkategori sebagai perusahaan <i>high profile</i> ; (3) pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang terkategori sebagai perusahaan <i>low profile</i>
12	Jannah , Richatul dan Dul Muid <i>Diponegoro Journal Of Accounting</i> Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Carbon Emission Disclosure</i> Pada Perusahaan Di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012)	<i>Media exposure</i> , tipe industri, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan di Indonesia.
13	Khoirudin, Amirul. <i>Accounting Analysis Journal</i> , AAJ 2 (2) (2013)	<i>Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada Perbankan Syariah di Indonesia.	Ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Islamic social reporting</i> pada perbankan syariah di Indonesia. Sedangkan ukuran dewan pengawas syariah tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada perbankan syariah di Indonesia.
14	Ayu, Debby Faras dan Dodik Siswantoro. <i>Jurnal al-Muzara'ah</i> , Vol. I, No. 1, 2013.	Implikasi Proksi Aset, Profitabilitas dan Jenis Industri pada <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR)	Jenis industri dan profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR). Sedangkan faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR hanya ukuran perusahaan. Faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan positif.

15	Ahzar, Fahri Ali dan Rina Trisnawati <i>Proceeding Seminar Nasional dan Call For Papers Sancall 2013.</i>	Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada Bank Syariah di Indonesia.	Bank Mega Syariah dan BRI Syariah memperoleh skor tertinggi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan hasil terendah terdapat pada bank Bukopin Syariah. Bentuk kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh bank syariah di Indonesia berfokus pada kegiatan sosial berupa penyaluran zakat korporasi kepada sejumlah lembaga zakat, pemberian bantuan sosial terhadap masyarakat / penduduk / rakyat yang kurang mampu, pemberian bantuan pada pendidikan, pemberian bantuan kepada korban bencana, pemberian bantuan kesehatan.
16	Ely Masykuroh. <i>Al-Tahrir</i> , Vol. 12, No. 1 Mei 2012.	Eksistensi DPS Dalam Memoderasi Pengaruh Pembiayaan, Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan CSR Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia	Menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara pembiayaan, profitabilitas dan juga CSR <i>disclosure</i> , dan peran DPS ternyata juga memoderasi hubungan pengaruh antara pembiayaan dan profitabilitas namun Dewan komisaris tidak memoderasi hubungan pengaruh antara profitabilitas dan pengungkapan CSR
17	Septi Widiawati dan Surya Raharja, <i>Diponegoro journal of accounting</i> Vol. 1, nomor 1, tahun 2012.	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> Perusahaan - Perusahaan Yang Terdapat Pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011	Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri dan jenis Bank berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan ISR
18	Sofyani, Hafiez, I. Ulum, Daniel Syam dan Sri Wahyuni L., <i>Jurnal Dinamika Akuntansi</i> Vol. 4, No. 1, Maret 2012.	<i>Islamic Social Reporting Index</i> Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi	Kinerja sosial <i>train-average</i> perbankan Islam di Malaysia lebih tinggi dari pada di Indonesia.

		Indonesia Dan Malaysia),	
19	Agus Purwanto, Jurnal Akuntansi & Auditing Volume 8/No. 1/November 2011	Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	Tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Perusahaan <i>high profile</i> mengungkap pertanggungjawaban sosial lebih baik, di atas rata-rata. Ukuran perusahaan yang besar cenderung mengungkap pertanggung jawaban sosial yang lebih luas dan banyak disoroti oleh publik sehingga inisiatif dalam melakukan dan mengungkap pertanggungjawaban sosial semakin tinggi. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi, belum tentu mengalokasikan dananya tersebut pada kegiatan sosial dan lingkungan sehingga tingkat pengungkapan masih rendah
20	Rohana Othman, Rohana dan A. M. Thani. <i>International Business & Economics Research Journal</i> , 9(4), 2010	<i>“Islamic Social Reporting Of Listed Companies In Malaysia”</i> .	Indeks pengungkapan tingkat ISR dianggap minim, sehingga menunjukkan kurangnya transparansi dalam pengungkapan sehubungan dengan nilai-nilai Islam meskipun fakta bahwa konsep akuntabilitas sosial di bawah Islam adalah terkait dengan prinsip pengungkapan penuh.
21	Myring, Mark dan Rebecca Toppe Shortridge <i>International Business & Economics Research Journal</i> – June 2010. Volume 9, Number 6, 2010.	<i>Corporate Governance And The Quality Of Financial Disclosures Mark Myring, Ball State University, USA Rebecca Toppe Shortridge, Northern Illinois University, USA</i>	Kekuatan perusahaan terindikasi dari dampak dari pemerintahan atas kualitas informasi laporan keuangan.

22	Soraya Fitria dan Dwi Hartanti. <i>Simposium Nasional Akuntansi 13</i> , Purwokerto, 2010	“Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan <i>Global Reporting Initiative Indeks Dan Islamic Social Reporting Indeks</i> ”.	Lembaga perbankan konvensional pada umumnya mendapat skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan lembaga perbankan syariah.
23	Ati Harmoni, <i>Jurnal Ekonomi Bisnis No. 1, Volume 15, April 2010</i>	Pemanfaatan laman resmi sebagai media pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR pada perusahaan di Indonesia	Halaman resmi perusahaan (SMGR-Semen Gresik dan INTP-Indocement) telah mengungkapkan isu terkait <i>social report</i> kecuali tentang etika perusahaan. Mereka menempatkan isu tanggung jawab sosial perusahaan pada hirarki yang tinggi tetapi mempunyai tingkat interaktivitas yang rendah, karena hanya menggunakan sumber ekspositif yang satu arah dan tidak menyediakan sarana umpan balik yang memadai.
24	Rohana Othman, A. Md. Thani, dan E.K. Ghani <i>Research Journal of International Studies</i> , Vol. 12, 2009	“ <i>Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah Approved Companies in Bursa Malaysia</i> ”	Ukuran, profitabilitas dan komposisi dewan berpengaruh secara signifikan terhadap perusahaan untuk penyediaan pelaporan sosial Islam.

Sumber: hasil mapping (pemetaan) peneliti.

Research Gap pada penelitian ini bila dibandingkan dengan penelitian penelitian terdahulu yang telah dilakukan yaitu aspek *corporate governance strength* dan *media exposure* merupakan variabel yang belum pernah digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan ISR. Aspek *corporate governance strength* akan cenderung menghasilkan informasi laporan yang lebih berkualitas. Selanjutnya terkait aspek *media exposure* merupakan media yang efektif untuk mengkomunikasikan ISR, karena diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu aspek karakteristik perusahaan merupakan unsur vital karena menunjukkan ciri-ciri atau

karakter yang dimiliki oleh masing-masing entitas bisnis. Penambahan unsur nilai perusahaan menjadikan model penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang lain, nilai perusahaan ditambahkan karena strategi penerapan ISR akan mengarahkan pada kinerja yang lebih baik melalui perlindungan dan peningkatan reputasi serta pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa yang meneliti tentang ISR ataupun *social disclosure* menunjukkan bahwa pengungkapan ISR pada lembaga keuangan Syariah sudah menunjukkan akuntabilitas yang baik hanya untuk pengungkapan terkait dengan ISR belum bisa dikatakan optimal.²⁸¹ Penelitian Othman (2010) yang meneliti tentang ISR pada perusahaan syariah di Malaysia menunjukkan hasil bahwa perusahaan syariah Malaysia yang terdaftar di bursa Malaysia tingkat akuntabilitas pada bagian dari perusahaan dengan cara sesuai untuk syariah, tetapi di lain sisi tingkat ISR dalam laporan tahunan perusahaan yang masih dianggap minim. Selanjutnya pada Penelitian Sofyani (2012) yang melakukan penelitian eksplorasi mengenai aktivitas sosial perbankan syariah di dua negara yakni Indonesia dan Malaysia. Hasilnya menunjukkan bahwa kinerja sosial perbankan Islam di Indonesia pada 2010 mengalami peningkatan yang signifikan, sekitar 10% dari tahun sebelumnya (2009). Sementara kinerja sosial pada perbankan Islam di Malaysia adalah stabil karena tidak meningkat ataupun menurun. Namun, dari semua bank-bank Islam, baik Indonesia dan Malaysia, tidak ada satupun yang mencapai tingkat kinerja sangat bagus.

Penelitian Sofyani (2014) yang berusaha membandingkan aktivitas sosial islam perbankan Islam di beberapa negara (Malaysia, Indonesia dan Saudi Arabia) menunjukkan bahwa peringkat tertinggi adalah Malaysia, kedua di Indonesia dan terendah di Saudi Arabia. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Firtia dan Hartanti di tahun 2010. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa dari tiga sampel bank syariah yang melakukan praktik CSR, pelaksanaan berdasarkan Indeks GRI

²⁸¹ Hal ini didasarkan atas penelitian yang dilakukan Hafiez Sofyani (2012), Fahri Ali Ahzar *et al.* (2013), Hafiez Sofyani *et al.* (2012), Rohanna Othman (2010).

lebih besar daripada pengungkapan dengan Indeks ISR. Tingkat pengungkapan CSR dengan indeks ISR hanya mencapai 50% dari total aktivitas yang seharusnya dilakukan dan dilaporkan.

Penelitian Wan Abdullah (2014) yang praktik *CG disclosure* pada *Islamic Banks* pada negara-negara asia tenggara dan *the Gulf Cooperation Council region* mengungkapkan bahwa unsur-unsur CG dan karakteristik Pengawas Syariah Dewan (SSB) berhubungan positif dengan *voluntary disclosure* CG. Selain itu, *voluntary disclosure* CG juga ditemukan berhubungan negatif dengan tingkat represi politik dan sipil, tetapi ukuran bank dan hukum negara, secara positif terkait dengan pengungkapan CG sukarela. Begitu juga dengan penelitian Khoirudin Amirul, bahwa ukuran dewan komisaris yang menjadi unsur CG memiliki pengaruh positif pada pengungkapan *islamic social report* pada perbankan syariah di Indonesia.

Penelitian Othman (2009) hasilnya menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan yang diwakili oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan dewan direksi berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Begitu juga penelitian Debby A. F. *et al.* (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Selanjutnya penelitian R. Jannah *et al.* diperoleh hasil bahwa *media exposure*, tipe industri, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan sosial perusahaan (*emission carbon disclosure*) di Indonesia. Selain itu penelitian yang dilakukan Dewa Made Bagus Umbara dan I Ketut Suryanawa (2014), yang terkait dengan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan hubungan pengaruh secara positif.

K. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis yang dimunculkan adalah sebagai berikut:

1. Hubungan *Corporate Governance Strength* dengan *Islamic Social Reporting*.

Efektivitas pelaksanaan *islamic corporate governance* tercermin dalam kegiatan *Islamic Social Reporting*.²⁸² Dalam penelitian Indrawaty and Wardayati yang pernah dipresentasikan 3rd *Global Conference on Business and Social Science*-2015, 16-17 Desember 2015 di Kuala Lumpur Malaysia menyatakan bahwa penentu *Islamic Corporate Governance*, yaitu diantaranya adalah keberadaan dan komposisi keanggotaan dewan pengawas syariah, ukuran dan komposisi dewan komisaris, frekuensi dewan komisaris, ukuran dan komposisi komite audit, dan jumlah pertemuan komite audit.²⁸³

Dewan Komisaris dikatakan dapat mempengaruhi kualitas monitoring dewan direksi. Dewan bertindak sebagai mekanisme monitoring penting dalam kontrol perusahaan. Dewan yang lebih besar mencakup perwakilan lebih banyak dan dengan demikian memberikan semakin banyak dan luasnya pengalaman, keahlian, keterampilan khusus dari para pemangku kepentingan dengan latar belakang yang berbeda yang berbeda.²⁸⁴

Selanjutnya ukuran komite audit (*Audit Committee Size / ACs*) merupakan karakteristik penting dalam menentukan proses pelaporan keuangan. Perusahaan yang memiliki ACs yang besar lebih berkomitmen untuk melihat bahwa proses akuntansi yang berkualitas di tempat mereka bekerja. ACs memiliki banyak tanggung jawab, diantaranya, mengawasi proses audit, manajemen dan audit internal. Dengan demikian, semakin

²⁸² Indrawaty and Siti Maria Wardayati, Implementing Islamic Corporate Governance (Icg) And Islamic Social Report (ISR) in Islamic Financial Institution (IFI). *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 219 (2016), h. 343.

²⁸³ *Ibid.*

²⁸⁴ R. S. Chaganti, V. Mahajan, and S. Sharma, Corporate Board Size, Composition And Corporate Failures In Retailing Industry. *Journal of Management Studies*, 22, 1985, h. 407. Selain itu pernyataan yang relevan juga disampaikan oleh A. Klein. Audit committee, board of director characteristics, and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3) 2002, h. 386.

besar ACs, maka semakin besar juga tanggung jawab dapat didelegasikan. Dengan demikian, ACs yang lebih besar dapat menyebabkan tingkat yang lebih tinggi transparansi, sehingga memberikan pemantauannya lebih kuat.²⁸⁵

Pemisahan jabatan komisaris dan CEO juga dianggap sebagai bagian dari karakteristik dewan yang independen.²⁸⁶ Karakteristik mendasar dewan direksi adalah pemisahan peran *chief executive officer* (CEO) dan presiden komisaris. Jika CEO dan Komisaris adalah orang yang sama, kekuatan manajemen terletak di tangan satu orang. Dalam hal ini, ada peningkatan risiko bahwa CEO atau komisaris bisa bertindak terkait pemenuhan kepentingan pribadinya.²⁸⁷

Penelitian ini terkait *corporate governance strength* yang mengkombinasi tiga faktor untuk menyelidiki peran CG. Dengan menggabungkan tiga faktor, penelitian ini memperluas penelitian oleh Nelson²⁸⁸, Gompers dan Metrick²⁸⁹ dan Coulton dan Taylor.²⁹⁰

Arcay dan Vazquez berpendapat bahwa menganalisis mekanisme CG individu tidak memberikan penilaian penuh peran CG dalam mempromosikan transparansi.²⁹¹ Selain itu, ada kelemahan dalam menggunakan langkah-langkah CG individu sebagai ukuran CG kadang

²⁸⁵ R. C. Anderson, S. A. Mansi, S. A., and D. M. Reeb., Board Characteristics, Accounting Report Integrity, And The Cost Of Debt. *Journal of Accounting and Economics*, 37(3), 2004, h. 324.

²⁸⁶ J. A. Brickley, J. L. Coles, and G. Jarrell, Leadership structure: separating the CEO and chairman of the board. *Journal of Corporate Finance*, 3(3), 1997, h. 203.

²⁸⁷ M. C. Jensen, The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems. *The Journal of Finance*, XLVIII(3), 1993, h. 19.

²⁸⁸ J. Nelson. *Executive stock option disclosures by Australian listed companies: an assessment of their nature, extent and association with governance and characteristics*. Unpublished PhD Dissertation, Queensland University of Technology, 2007.

²⁸⁹ Gompers, P., Ishii, J., and Metrick, A. Corporate governance and equity prices. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 2003.

²⁹⁰ J. J. Coulton, C. James, and S. L. Taylor. The effect of compensation design and corporate governance on the transparency of CEO compensation disclosures. *SSRN eLibrary*, 2001.

²⁹¹ M. R. B. Arcay, and M. F. M. Vazquez, Corporate characteristics, governance rules and the extent of voluntary disclosure in Spain. *Advances in Accounting*, 21, 2005, h. 309.

melengkapi atau mengganti untuk mekanisme CG lainnya. Ukuran CG bisa mengimbangi atau berinteraksi dengan langkah-langkah CG lainnya. Jadi, untuk mengurangi masalah, skor *corporate governance* secara keseluruhan (CG).

Pengukuran *corporate governance* secara keseluruhan telah dilakukan oleh Wan Abdullah *et al.*, pada tahun 2014. Wan Abdullah meneliti yang praktik CG *disclosure* pada *Islamic Banks* pada negara-negara asia tenggara dan *the Gulf Cooperation Council region* mengungkapkan bahwa *Corporate Governance Strength* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terkait dengan pengungkapan CG.²⁹²

Hal ini yang konsisten dengan banyak studi tentang *board size* (Adawi dan Rwegasira; Anderson *et al.*)²⁹³, *audit committee size* (Zaluki dan Wan Hussin; Anderson *et al.*)²⁹⁴ dan *CEO duality* (Beasley; Benamar dan Boujenoui; Carcello dan Nagy).²⁹⁵ Berdasarkan uraian ilmiah dan bukti empiris riset-riset terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Corporate Governance Strength berpengaruh positif terhadap Islamic Social Reporting.

²⁹² Wan Amalina Wan Abdullah, Majella Percy dan Jenny Stewart, "Corporate Governance Disclosure Practices of Islamic banks: the Case of Islamic banks in the Southeast Asian and the Gulf Cooperation Council region", *Journal of International Accounting Research (JIAR) Conference 2014*, h. 17

²⁹³ (1) M Adawi, and K. Rwegasira. Corporate boards and voluntary implementation of best disclosure practices in emerging markets: evidence from the UAE listed companies in the Middle East. *International Journal of Disclosure & Governance*, 8(3), 2011, h. 290 dan (2) Anderson *et al.*, ... h. 337.

²⁹⁴ (1) Zaluki, N. A. A. , and Wan Hussin, W. N. Corporate Boards, Audit Committees and Quality of Financial Disclosure in IPOs. *SSRN eLibrary*. 2009 dan (2) Anderson *et al.*,... h. 337.

²⁹⁵ M. S. Beasley, J. V. Carcello and D. R. Hermanson, *Fraudulent financial reporting: 1987-1997: an analysis of U.S. public companies*: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. 1999, (2) Ben-Amar, W., and Boujenoui, A. *Factors explaining corporate governance disclosure quality: Canadian evidence*. Paper presented at the Illinois International Accounting Symposium. 2007, dan (3) J. V., Carcello, and A.L. Nagy,. Client size, auditor specialization and fraudulent financial reporting. *Managerial Auditing Journal*, 19(5) 2004, h. 666.

2. Hubungan *Media Exposure* dengan *Islamic Social Reporting*.

Saat ini begitu banyak perusahaan yang memanfaatkan media internet untuk mempublikasikan kegiatan CSR yang telah dilakukan perusahaan. Pengkomunikasian CSR melalui media internet dapat mempermudah masyarakat untuk melihat kegiatan CSR yang telah dilakukan perusahaan. Jika masyarakat semakin mudah melihat kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, dan jika masyarakat menilai bahwa kegiatan ini bernilai positif, maka hal ini dapat mengangkat citra perusahaan dimata masyarakat.²⁹⁶

Pentingnya media dalam mengkomunikasikan *social report*, pernah diungkapkan Philip Kotler dalam bukunya berjudul “*Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your and Your Case* (2005)”. Kotler berpendapat, “*Jika anda melakukan sesuatu, tetapi tidak menceritakannya kepada orang lain, bisa jadi mereka akan beranggapan bahwa anda tidak melakukan apa-apa*”. Apa yang diungkapkan Philip Kotler ini tentu bukan tanpa alasan. Menurutnya, hal tersebut bisa membangun *positioning merk*, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik korporat di mata investor.²⁹⁷ Jika yang diungkapkan Philip Kotler di atas menjadi tujuan, perusahaan harus meningkatkan kesadaran untuk mengkomunikasikan hal laporan sosial tersebut, dimana dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pada Penelitian Sen, Bhattacharya dan Korschun tahun 2006 menegaskan bahwa perusahaan harus mampu menciptakan komunikasi CSR yang optimal. Menurutnya, kesadaran untuk mengkomunikasikan

²⁹⁶ Ni Luh Putu Mila Anggreni dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih. Peran *Media Exposure* Bagi Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* Vol. 21, No. 1, Februari 2016, h. 63.

²⁹⁷ Ujang Rusdianto, *Cyber CSR ...* h.140

CSR memang dapat ditingkatkan melalui taktik komunikasi.²⁹⁸ *Stakeholder* pada dasarnya lebih menginginkan fakta-fakta CSR yang dalam tersampaikan melalui media-media yang dapat diakses oleh *users*.

Maignan dan Ferrell juga merekomendasikan bahwa CSR harus diresapi dalam komunikasi perusahaan. Menurutnya apapun media yang digunakan, perusahaan tidak dapat berharap banyak dari manfaat CSR, kecuali perusahaan cerdas dalam mengkomunikasikan CSR pada pemangku kepentingan yang relevan.²⁹⁹

Melihat konsepnya, komunikasi dalam *social report* merupakan komunikasi yang dirancang dan didistribusikan oleh perusahaan tentang kegiatan *social report*.³⁰⁰ Menggarisbawahi pendapat ini, mengkomunikasikan aktifitas sosial perusahaan (berbasis islami) tentunya merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan pada *stakeholders* untuk menyampaikan ide, saran yang membangun, bahkan bentuk kritik, serta respon yang adaptif yang didasari oleh prinsip-prinsip syariah.³⁰¹

Berdasarkan uraian ilmiah dan bukti empiris riset-riset terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Media Exposure berpengaruh positif terhadap Islamic Social Reporting.

3. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Islamic Social Reporting.

Penelitian Othman *et al.*, mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

²⁹⁸ Sankar Sen, C. B. Bhattacharya, and Daniel Korschun, The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Multiple Stakeholder Relationships: A Field Experiment. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 34, No. 2, 2006, h . 159.

²⁹⁹ I. Maignan, and Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: an integrative framework. *The Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1). 2004, h. 17.

³⁰⁰ Mette Morsing. "Corporate Social Responsibilities as strategic autocommunication: on the role of external stakeholder for member identification". *Business Ethics: A European Review*, 15 (2), 2006, h. 171-182 .

³⁰¹ Ujang Rusdianto, *Cyber CSR ...* h. 141.

di dalam *annual reports*.³⁰² Temuan ini konsisten juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ousama and Fatima, Ho and Mathews, dan Mohd Shatari *et al.*³⁰³ Dimana pada penelitian-penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) dalam *annual reports* perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak.³⁰⁴

Selain itu beberapa penelitian di Indonesia juga menyatakan hasil yang sama, diantaranya Widiawati dan Raharja juga membuktikan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap ISR pada perusahaan manufaktur, perusahaan non-manufaktur, perusahaan yang menggunakan bank syariah maupun perusahaan yang tidak menggunakan bank syariah selama tahun 2009-2011.³⁰⁵ Penelitian ini membuktikan bahwa perusahaan yang lebih besar (total aset) memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan ISR lebih luas dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Penelitian Putri dan Yuyetta pada tahun 2014 juga menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic social reporting*.³⁰⁶

Temuan-temuan diatas sesuai dengan teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas

³⁰² R. Othman, Thani, A. Md., and E.K. Ghani.. "Determinants of Islamic Social Reporting ... h. 15

³⁰³ Dikutip dari penelitian R. Othman *et al.*, *Ibid*.

³⁰⁴ S. V. Siregar, dan S. Utama, Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek Corporate Governance terhadap Pengelolaan Laba (Earning Management). *Symposium Nasional Akuntansi VII, Solo, 15-16 September 2005*, h. 485.

³⁰⁵ Septi Widiawati dan Surya Raharja, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan - Perusahaan Yang Terdapat Pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011. *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 1, nomor 1, 2012. h. 12.

³⁰⁶ Tria Karina Putri dan Etna Nur Afri Yuyetta, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (Issi) Tahun 2011-2012. *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014, h. 7.

yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya.³⁰⁷

Berdasarkan uraian ilmiah dan bukti empiris riset-riset terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap islamic social reporting.

4. Hubungan Profitabilitas dengan Islamic Social Reporting.

Menurut Choi *et al.*, perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik mampu membayar sumber daya manusia atau keuangan yang dibutuhkan untuk pelaporan sukarela yang lebih baik untuk menahan tekanan eksternal.³⁰⁸ Menurut Luo bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan baik mempunyai kemampuan secara finansial dalam membuat keputusan terkait lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, perusahaan dengan kinerja keuangan kurang baik lebih fokus pada pencapaian tujuan keuangan dan peningkatan kinerja.³⁰⁹ Menurut Watts dan Zimmerman, perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada public.³¹⁰

³⁰⁷ *Ibid.*

³⁰⁸ B. Choi, Doowon Lee and Jim Psaros. 2013. An analysis of Australian Company Carbon Emission Disclosures. *Pacific Accounting Review* Vol. 25 No. 1, 2013, h. 60.

³⁰⁹ Le Luo, Qingliang Tang, and Yi-chen Lan. 2013. Comparison of Propensity for Carbon Disclosure between Developing and Developed Countries. *Accounting Research Journal* Vol. 26 No. 1, 2013 h. 16.

³¹⁰ R. L.Watts and J.L. Zimmerman, *Positive Accounting Theory*. (USA: Prentice-Hall., 1986).h. 68.

Sembiring menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.³¹¹

Widiawati dan Raharja, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR.³¹² Penelitian ini membuktikan bahwa perusahaan yang berada pada posisi yang menguntungkan akan cenderung mengungkapkan ISR lebih luas dibandingkan perusahaan yang mengalami kerugian, meskipun tidak secara keseluruhan perusahaan yang merugi akan mengungkapkan ISR lebih kecil. Penelitian Othman *et al.*, tahun 2009, dimana hasilnya mengindikasikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Report* di dalam *annual reports*.³¹³

Bila ditinjau dari teori *stakeholders*, teori ini menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholders* nya.³¹⁴ Makin *powerful stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi.³¹⁵ Berdasarkan hal tersebut dapat diindikasikan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka perusahaan akan lebih luas dalam mengungkapkan informasi termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial secara islami.

Selain itu juga sesuai dengan *signalling hypothesis* yang menyatakan bahwa perusahaan yang unggul dan mempunyai laba yang

³¹¹Eddy Rismanda Sembiring, "Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta". *Simposium Nasional Akuntansi VIII* Solo, 15 – 16 September 2005, h. 385.

³¹² Septi Widiawati dan Surya Raharja, Analisis Faktor-Faktor ... h. 12

³¹³ R. Othman,, Thani, A. Md., and E.K. Ghani.. "Determinants of Islamic Social Reporting ... h. 15.

³¹⁴ Tria Karina Putri dan Etna Nur Afri Yuyetta, Faktor-Faktorh. 7.

³¹⁵ Kouhy Gray dan Adams, 1994 dalam Anis Chariri.. "Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan". *Jurnal Maksi*, Vol. 8, 2 Agustus 2008, h. 159.

baik akan mengungkapkan informasi lebih rinci, termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya.³¹⁶ Dari perspektif Islam, sebuah perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh terlepas apakah itu membuat keuntungan atau sebaliknya.³¹⁷

Berdasarkan uraian ilmiah dan bukti empiris riset-riset terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap islamic social reporting

5. Hubungan Islamic Social Reporting dengan Nilai Perusahaan.

Manasseh menemukan bahwa pengungkapan *social report* sautu perusahaan adalah ekspresi representasi dari korporasi akuntabilitas kepada masyarakat.³¹⁸ Beberapa studi telah menemukan bahwa pengungkapan CSR mencerminkan citra perusahaan dan kinerja perusahaan (Adams dan Zutshi; Pakis, Emelianova, dan Sethi; Friedman dan Miles; Kolk).³¹⁹ Temuan ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa ketika perusahaan memenuhi harapan berbagai pihak, mereka lebih mampu dalam menciptakan kinerja perusahaan yang unggul.³²⁰ Pemangku kepentingan Muslim diharapkan mendapatkan informasi yang memudahkan mereka dalam membuat keputusan etis yang Islam. Hal tersebut diperlukan oleh perusahaan berbasis syariah untuk

³¹⁶ Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi dan Eko Ganis Sukoharsono. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Desember 2008, Vol. 5, No. 2, h.. 252.

³¹⁷ Ross Haniffa, Social Reporting Disclosure ... h.129.

³¹⁸ S. Manasseh. Study On the Level of Corporate Social Disclosure Practices In Malaysia. Master's, Universiti Sains Malaysia (2004) yang dikutip dalam Syahiza Arsad *et al.*, The Relationship ... h. 165.

³¹⁹ Dikutip dari artikel Syahiza Arsad *et al.*, The Relationship ... h. 165.

³²⁰ R. E. Freeman. *Strategic management: A stakeholder approach*, (Boston: Pitman Publishing, 1984), h. 25.

meningkatkan inisiatif dalam pengungkapan Islamic CSR dan pengungkapan tersebut yang dapat membantu untuk meningkatkan hubungan *stakeholder*. Akibatnya akan meningkatkan citra dan kinerja perusahaan dan menggambarkan nilai Islam sebagai perusahaan berbasis syariah.³²¹

Lebih jauh, bila *social report* mampu dijalankan secara efektif maka dapat dimanfaatkan tidak hanya bagi perusahaan, melainkan bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan. Bagi masyarakat, praktik *social report* yang baik akan meningkatkan nilai tambah bagi masyarakat. Bagi lingkungan, praktik *social report* perusahaan akan mencegah eksploitasi berlebihan. Sedangkan praktik *social report* yang tidak baik akan disebut dengan “*corporate misconduct*” atau mal praktik bisnis mulai penyuaipan pada aparat negara atau hukum yang memicu tingginya korupsi.³²² Hal ini seperti itulah yang memperburuk citra perusahaan. Pada akhirnya mereka yang mendapat kepercayaan dan memiliki reputasi yang baik adalah perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan.³²³

Komunikasi CSR bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan.³²⁴ Selain citra perusahaan, Eisenegger and Schranz, (2011) yang peduli terhadap CSR, akan mempertahankan reputasi yang baik serta menurut Von Walter, Tomczak, dan Wentzel (2010) juga akan membangun merek perusahaan adalah tujuannya lainnya.³²⁵

Pada penelitian yang dilakukan Umbara dan Suryanawa (2014), yang terkait dengan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan pengungkapan CSR

³²¹ Syahiza Arsad *et al*, The Relationship ... h. 171

³²² Ujang Rusdianto, *Cyber CSR*... h. 142

³²³ *Ibid.*, h. 14.

³²⁴ M. Morsing and Schultz, *Corporate Social Responsibility* ... h. 173.

³²⁵ ter kutip dari Ujang Rusdianto, *Cyber CSR* ... h.142

berpengaruh positif pada nilai perusahaan; baik pada perusahaan yang terkategori *high profile* maupun perusahaan *low profile*.³²⁶

Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.³²⁷ *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholders*.³²⁸ Melalui pengungkapan CSR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Berdasarkan uraian ilmiah dan bukti empiris riset-riset terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Islamic social reporting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

6. Hubungan Corporate Governance Strength, Media Exposure dan Karakteristik Perusahaan (Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) terhadap Nilai Perusahaan dimediasi oleh Islamic Social Reporting.

Salah satu tujuan pelaksanaan *corporate governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang.

³²⁶ Dewa Made Bagus Umbara, dan I I Ketut Suryanawa, Pengaruh pengungkapan tanggung jawab Sosial pada nilai perusahaan, *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.2, 2014, h. 422.

³²⁷ I G A N Bayu Darma Putra Made Gede Wirakusuma. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.13.No.2 Nov. 2015, h.464.

³²⁸ *Ibid.*

Perusahaan yang telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial.³²⁹

Corporate governance menyangkut tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan terutama atas kegiatan ekonomi dan segala dampaknya, sedangkan CSR adalah kegiatan yang diselenggarakan perusahaan untuk menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat di luar kegiatan utama perusahaan. Kedua kegiatan tersebut sama-sama bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham namun tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.³³⁰ Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan sejumlah kebijakan untuk menuntun pelaksanaan CSR. Semua hal tersebut tidak terlaksana dengan baik apabila perusahaan tidak menerapkan *Good Corporate Governance* beserta aspek-aspek yang ter masuk di dalamnya.

Selanjutnya ditinjau dari aspek *media exposure* fungsi komunikasi menjadi sangat penting dalam manajemen pengungkapan aktifitas perusahaan utamanya aktifitas sosial perusahaan. Pengkomunikasian melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Pada pelaksanaannya, hal inilah yang menjadi bagian penting pada proses membangun dan membentuk norma atau nilai-nilai yang diterima di masyarakat. Komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan melalui *website* mulai banyak digunakan sebagai pelengkap komunikasi melalui media tercetak walaupun belum seluruh potensi *website* dimanfaatkan oleh perusahaan. *Website* memungkinkan dialog secara langsung antar pihak perusahaan dengan para *stakeholder*. Media *website* berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya

³²⁹ Ni Wayan Rustiarini, Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi XIII* Purwokerto, 2010, h. 7.

³³⁰ Moh. Wahyudin Zarkasyi. *Good Corporate Governance : pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*, (Bandung: Alfabeta. 2008), h. 89.

untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Pemanfaatan media *website* oleh perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan dari *stakeholder*.³³¹

Pengungkapan CSR di media *website* maupun media lainnya dianggap dapat menyampaikan informasi secara efektif dan efisien. Dengan adanya perkembangan alat komunikasi seperti *website* dan media lainnya diharapkan pengungkapan CSR diungkapkan secara lebih luas dan tidak terbatas. Dikaitkan dengan teori legitimasi, menunjukkan bahwa media *exposure* mempunyai peran yang penting karena adanya tuntutan publik terhadap perusahaan.³³² Dalam teori-teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan perusahaan berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan nilai serta norma sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat.

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.³³³ Perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan, oleh karena itu laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan.³³⁴

Menurut Teori Legitimasi, perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan

³³¹ Ngabey Ryvandhi Ikko Wahyutama, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *A.I.M 2016 UNEJ*, 2016, h. 7.

³³² *Ibid.*

³³³ Eddy Rismanda Sembiring, ... h. 386.

³³⁴ *Ibid.*

untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Hal ini semakin menegaskan bahwa CSR berpengaruh dalam penilaian calon investor selain ukuran perusahaan yang menjanjikan *return* saham yang stabil³³⁵. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula tekanan dan tanggung jawabnya terhadap *stakeholders*. Pada waktu perusahaan tersebut melaksanakan CSR sebagai bentuk tanggungjawab sosialnya maka keberlangsungan perusahaan dapat terjaga dan investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi.³³⁶

Pada sisi lain kemampuan perusahaan dalam memberikan harapan yang tinggi terhadap nilai (hasil) di masa datang menyebabkan perusahaan tersebut akan dinilai tinggi oleh masyarakat.³³⁷ Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan (Hackston and Milne³³⁸, Anggraini³³⁹ dan Agustine³⁴⁰),. Hal ini disebabkan masyarakat saat ini cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan sekitar karena dengan mendukung perusahaan tersebut secara

³³⁵ Carol Ann Tilt, "The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure: Some Empirical Evidence", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 7 Iss: 4, (1994) h. 57.

³³⁶ Mike Adams and Phillip Hardwick. An analysis of corporate donations: United Kingdom Evidence, *Journal of Management Studies* 35(5): 1998. h. 645..

³³⁷ I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana, dan I Ketut Mustanda, Pengaruh profitabilitas dan *size* terhadap nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, 2016, h. 570.

³³⁸ David Hackston and Marcus J. Milne, Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1), 1996. h. 82.

³³⁹ Fr. R. R. Anggraini.. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang. 2006, h.10.

³⁴⁰ Ira Agustine, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, *FINESTA* Vol. 2, No. 1, (2014), h. 44.

tidak langsung masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam memelihara lingkungan sekitar.³⁴¹

Selain itu, perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor.³⁴² Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (profit), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *social information* dan *social performance* dapat meningkatkan nilai perusahaan saat profitabilitas perusahaan meningkat.

H6a : Pengaruh corporate governance strength terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh islamic social reporting.

H6b : Pengaruh media exposure terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh islamic social reporting.

H6c : Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh islamic social reporting.

H6d : Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh islamic social reporting.

L. Kerangka Teori

Secara skematis, berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis yang dimunculkan desain penelitian

³⁴¹ Meri Susanti dan Eko Budi Santoso. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moederasi. *Kajian Akuntansi*. 6(2), 2011, h.127.

³⁴² I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana, dan I Ketut Mustanda, ... h. 571.

untuk menggambarkan alur permasalahan dan jawaban yang diharapkan serta model pengujiannya dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2
Kerangka Konseptual



Sumber: hasil pemikiran peneliti berdasar fenomena dan penelitian sebelumnya

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pengumpulan data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data kuantitatif yang meliputi data laporan keuangan perusahaan publik. Data dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan lengkap dengan laporan auditor dari masing-masing perusahaan yang terdaftar di JII khususnya pada tahun 2012– 2015 yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia serta situs-situs yang terkait yang menyediakan data mengenai laporan keuangan publik yaitu www.idx.co.id dan dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

Tabel 7
Sumber Data Penelitian

<i>Indonesian Capital Market Directory (ICMD)</i>	Total Aset
	Total Profit
	Total Hutang
	Jumlah Saham Beredar
<i>Annual Report</i>	Waktu Penyampaian Lap.
	Informasi <i>ISR</i>
	Informasi <i>Corp. Gov.</i>
	<i>Strength</i>
<i>Other Media</i>	<i>Closing Price</i>
	<i>Media Exposure</i>

B. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: ALFABETA., 2013), h. 115.

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dengan kata lain populasi juga bisa dikatakan sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena.

Selanjutnya populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *go public* yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII). *Jakarta Islamic Index* atau biasa disebut JII adalah salah satu indeks saham yang ada di Indonesia yang menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Pembentukan JII tidak lepas dari kerja sama antara Pasar Modal Indonesia (dalam hal ini PT Bursa Efek Jakarta) dengan PT Danareksa Investment Management (PT DIM). JII telah dikembangkan sejak tanggal 3 Juli 2000. Pembentukan instrumen syariah ini untuk mendukung pembentukan Pasar Modal Syariah yang kemudian diluncurkan di Jakarta pada tanggal 14 Maret 2003. JII menjadi jawaban atas keinginan investor yang ingin berinvestasi sesuai syariah.

Penentuan kriteria dalam pemilihan saham dalam JII melibatkan Dewan Pengawas Syariah PT DIM. Saham-saham yang akan masuk ke JII harus melalui filter syariah terlebih dahulu. Berdasarkan arahan Dewan Pengawas Syariah PT DIM, ada 4 syarat yang harus dipenuhi agar saham-saham tersebut dapat masuk ke dalam indeks JII²:

1. Emiten tidak menjalankan usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang
2. Bukan lembaga keuangan konvensional yang menerapkan sistem riba, termasuk perbankan dan asuransi konvensional
3. Usaha yang dilakukan bukan memproduksi, mendistribusikan, dan memperdagangkan makanan/minuman yang haram
4. Tidak menjalankan usaha memproduksi, mendistribusikan, dan menyediakan barang/jasa yang merusak moral dan bersifat mudharat

² https://id.wikipedia.org/wiki/Jakarta_Islamic_Index, diakses tanggal 5 September 2016

Setiap periodenya (6 bulan sekali), saham yang masuk JII berjumlah 30 (tiga puluh) saham yang memenuhi kriteria syariah. Pengkajian ulang akan dilakukan 6 (enam) bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Semua prosedur tersebut bertujuan untuk mengeliminasi saham spekulatif yang cukup likuid. Sebagian saham-saham spekulatif memiliki tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler yang tinggi dan tingkat kapitalisasi pasar yang rendah.³ Dengan kata lain, JII menjadi pemandu bagi investor yang ingin menanamkan dananya secara syariah tanpa takut tercampur dengan dana ribawi. Selain itu, JII menjadi tolak ukur kinerja (*benchmark*) dalam memilih portofolio saham yang halal. Penelitian ini hanya berfokus pada perkembangan JII kurun waktu tahun 2012-2015.

C. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵

Sampel penelitian diperoleh melalui proses yang disebut dengan *sampling*. Teknik *sampling* merupakan bagian yang penting karena di dalamnya diulas tentang cara pengambilan sampel yang representatif.⁶ Maka dapat disimpulkan bahwa teknik *sampling* adalah cara pengambilan sampel yang digunakan untuk

³ *Ibid.*,

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian* ... h. 116.

⁵ *Ibid.*

⁶ Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 115.

penelitian dan didalamnya dilakukan suatu pengulasan tentang cara pengambilannya. *Sampling* melibatkan langkah- langkah sebagai berikut⁷:

1. Penentuan *Sample Frame*

Sample frame adalah representasi fisik seluruh elemen populasi yang digunakan sebagai sumber sampel.⁸ *Sample frame* dalam penelitian ini adalah *annual report* yang disampaikan oleh perusahaan sampel ke Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Penentuan *Sample Design*

Sample design dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling method*, di mana tidak memberi peluang yang sama pada elemen dalam populasi untuk dipilih sebagai sampel. Desain dalam *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling method* dengan *judgement sampling*. Dalam *judgement sampling*, sampel dipilih berdasarkan kemampuannya memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti.⁹

Sedangkan terkait pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangannya karena peneliti dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.¹⁰ Dimana di dalam *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel yang membatasi jumlah sampel sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2010). Pada dasarnya sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII) selama 2012-2015 dengan beberapa kriteria/karakteristik, diantaranya sebagai berikut :

⁷ Uma Sekaran dan Bougie, R. *Research Methods For Business – A Skill Building Approach*, 6th edition. West Sussex, (United Kingdom: John Wiley & Sons, 2013), h. 285.

⁸ *Ibid.*, h. 286.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian ...* h.218-219.

- a. Perusahaan yang masuk dalam indeks JII selama satu tahun atau waktu periode pelaporan berjalan,
- b. Perusahaan telah menerbitkan *annual report* lengkap dan disajikan dalam mata uang rupiah untuk periode yang berakhir 31 Desember dan tidak mengalami kerugian
- c. Perusahaan yang tidak *de-listing* pada tahun (penelitian) 2012-2015.

3. Penentuan *Sample Size*

Menurut Sugiyono, jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi.¹¹ Untuk analisis regresi, disarankan adalah 15 sampai 20 observasi per independen variabel.¹² Dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) variabel independen jadi setidaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 sampel. Di lain sisi juga dapat menggunakan rumus slovin. Slovin (1960) menentukan ukuran sampel suatu populasi dengan formula¹³:

$$n = N / (1 + N e^2)$$

n = sampel; N = populasi; e = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05.

Dalam penelitian ini jumlah populasi adalah 120, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 5%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$n = N / (1 + N e^2) \text{ jadi } n = 120 / (1 + 120 \times 0,05^2) = 92,307 \gg 92$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 92 sampel.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian ...* h :124

¹² J. F. Hair, W.C. Black, B.J. Babin, R.E. anderson, dan R.L.Tatham.. *Multivariate Data Analysis*, 6 Ed., (New Jersey : Prentice Hall, 2006), h. 166.

¹³ Rumus Slovin dikutip dari Consuelo G Sevilla,, Jesus A. Ochave, Twila G. Punsalan, Bella P. Regala, Gabriel G. Uriarte. *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City. 2007, h. 182.

D. Identifikasi dan Pengukuran Variabel

Variabel –variabel dalam penelitian ini mencakup variabel dependen dan independen. Berikut identifikasi dan pengukuran variabelnya;

Tabel 8
Pengukuran Variabel Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Sumber Data
<i>Corporate Governance Strength</i>	Kekuatan CG yang dimana komponennya meliputi <i>board size</i> , <i>audit committe</i> , dan <i>independence chair</i>	Diukur dengan menggunakan komposisi jumlah <i>board size</i> , <i>audit committe</i> , dan <i>independence chair</i>	Nominal	Sekunder
<i>Media Exposure</i>	Penyingkapan Wacana pada suatu sarana komunikasi (media)	Diukur pemaparan ISR terkait dengan suatu media	Nominal	Sekunder
Ukuran Perusahaan	Besarnya suatu perusahaan yang diukur dengan jumlah aset perusahaan	Diukur dengan <i>logaritma</i> total aset	Rasio	Sekunder
Profitabilitas	Indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukan oleh laba yang dihasilkan	<i>Earning Before Tax</i>	Rasio	Sekunder
ISR	Pelaporan Pertanggung Jawaban Aktifitas Sosial Perusahaan dengan menggunakan dimensi material, sosial dan spiritual	Diukur menggunakan indeks yang melandasakan pada indikator: Pembiayaan dan Investasi, Produk dan Jasa, Karyawan, Masyarakat, Lingkungan dan Tata Kelola Perusahaan	Rasio	Sekunder
<i>Firm Value</i> (Nilai Perusahaan)	Indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan	Diproksikan melalui perbandingan antara nilai pasar ekuitas dan nilai buku dari total hutang dengan nilai buku dari total ekuitas dan total hutang. Menggunakan Tobin's Q	Ratio	Sekunder

Pada dasarnya variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini berusaha melihat fenomena empiris untuk menjelaskannya sebagai *subject* penelitian. Dalam hal ini *subject* penelitian lebih menitik beratkan pada *reporting of social islamic responsibility*. Selanjutnya *object* dalam riset ini adalah *shariah entity*. Dimana *object* riset penelitian ini merupakan domain JII sehingga cukup terwakili konsep syariahnya. Hal ini didasarkan karena kriteria pemilihan JII sudah *applied* dengan fatwa-fatwa DSN-MUI. Walaupun pengukuran variabel-variabel nya tidak semua mendasarkan sepenuhnya pada sisi syariah secara penuh, tetapi pengukuran dari masing masing variabel tersebut sudah teruji dapat mengukur variabel tersebut sebagaimana mestinya terlepas penerapan pada *object* yang syariah atau non syariah. Selain itu pengukuran variabel dalam penelitian ini sangat memperhatikan representasi dari variabel yang diukur dan diperbolehkan dalam syariah. Jadi selama pengukuran-pengukuran variabel tersebut tidak melanggar unsur syariah maka pengukuran tersebut layak (sah) untuk dilakukan.¹⁴

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent* ataupun variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁵ Variabel-variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

a. *Corporate Governance Strength*

Pengukuran *Corporate Governance Strength* menggunakan agregasi komposisi agregat *board size*, *audit committe*, dan *independence chair*. Dimana *nominal scale* akan digunakan untuk pengklasifikasiannya. *Board Size* akan diberikan nilai 1 apabila jumlah dewannya diatas 9 anggota, dan nilai 0 jika sebaliknya. *Audit Committee Size* akan diberikan nilai 1 apabila

¹⁴ Pernyataan ilmiah tersebut disadur dari diskusi yang dilakukan seorang pakar peneliti ekonomi dan keuangan syariah: Cecep Maskanul Hakim M. EC (Peneliti Senior BI, Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah BI), pada hari Rabu tanggal 24 Mei 2017, pukul 18.58.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian ...* h. 59.

jumlah personil dikomite audit diatas 3, dan 0 jika sebaliknya. Sedangkan untuk *Independence Chairman* diberikan nilai 1 apabila CEO (Direktur Utama) dan *Chairman* (Komisaris) merupakan pejabat yang tidak rangkap jabatan, sedangkan 0 untuk yang rangkap jabatan. Lebih lanjut nilai dari masing-masing pengklasifikasian tersebut menjadi dasar pengukuran *corporate governance strength*.¹⁶

b. Media Exposure

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.¹⁷ Pengukuran *media exposure* dilakukan dengan *dummy variable* yaitu 1=Perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR di website perusahaan dan 0=Perusahaan tidak mengungkapkan aktivitas CSR di website perusahaan.¹⁸

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*log size*) diukur dengan menggunakan *total asset* perusahaan pada laporan akhir tahun.¹⁹ Ukuran perusahaan ialah besarnya suatu perusahaan yang diukur dengan jumlah aset perusahaan yang dilogaritmakan. Kemampuan perusahaan dalam mengelola suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah asetnya. Umumnya, perusahaan besar memiliki jumlah aset yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Digunakannya jumlah aset sebagai pengukuran karena jumlah aset dari tahun ke tahun lebih

¹⁶ Pengukuran *Corporate Governance Strength* diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Wan Amalina Wan Abdullah, pada penelitiannya "*Corporate Governance Disclosure Practices of Islamic banks: the Case of Islamic banks in the Southeast Asian and the Gulf Cooperation Council region*" pada tahun 2014.

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat. Metode Penelitian Komunikasi. (Bandung: Rosda, 2004) h 66.

¹⁸ Ni Luh Putu Mila Anggreni dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih. Peran *Media Exposure* Bagi Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* Vol. 21, No. 1, Februari 2016, h. 64.

¹⁹ Rohana Othman, Azlan Md Thani and Erlane K Ghani, Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia, *Research Journal of International Studies* - Issue 12 (October., 2009), h. 9.

stabil.²⁰ Sebagai proksi ukuran perusahaan, penelitian ini menggunakan *log of total assets* yaitu logaritma natural jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan.

d. Profitabilitas

Profitabilitas pada penelitian ini diukur dengan laba sebelum pajak (*earning before tax*) dari perusahaan pada akhir tahun pelaporan. Pengukuran ini telah digunakan pada penelitian Othman yang juga meneliti pengaruh profitabilitas terhadap *islamic social reporting*.²¹

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen ataupun variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.²²

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q (modified Tobin's Q)*. Nilai perusahaan merupakan tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya sebagai wujud dari kepercayaan *stakeholders* (Modigliani dan Miller²³; Fama²⁴). Sementara definisi *Tobins Q* adalah rasio dari nilai pasar perusahaan sebagai pengganti biaya dari asset.²⁵ Adapun rumus *modified*

²⁰ Cecilia, Syahrul Rambe dan M. Zainul Bahri Torong, Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Symposium Nasional Akuntansi 19*, h. 10.

²¹ Rohana Othman, Azlan Md Thani and Erlane K Ghani, Determinants of Islamic Social Reporting Among Top *Shariah*-Approved Companies in Bursa Malaysia, *Research Journal of International Studies* - Issue 12 (October., 2009), h. 9.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian* ... h 59.

²³ F. Modigliani and M.H. Miller, Corporate income taxes and the cost of capital: a correction. *The American Economic Review*. 53 (3), 1963, h. 433.

²⁴ Eugene F. Fama, The Effect of a Firm's Investment and Financing Decisions on the Welfare of its Security Holders, *The American Economic Review*, Vol. 68, No. 3 (Jun, 1978), h. 274

²⁵ Kee H. Chung and Stephen W. Pruitt, A Simple Approximation of tobin's q, *Financial Management*, Vol. 23, No. 3 Autumn, 1994, h. 70.

Tobin's Q yang digunakan adalah hasil formulasi Chung dan Pruitt²⁶, yaitu:

$$Q = \frac{MV + Debt}{TA}$$

Keterangan

Q = Nilai perusahaan.

MVS = *Market Value of all outstanding shares*.

Debt = Hutang.

TA = Total aset.

Market value of all outstanding shares (MVS) diperoleh dari hasil perkalian harga saham dengan jumlah saham biasa yang beredar. *Debt* diperoleh dari nilai kewajiban jangka pendek ditambah dengan hutang pajak dan nilai buku utang jangka panjang perusahaan. *Total assets* diperoleh dari nilai buku total *asset* perusahaan.

Nilai rasio *Tobin's Q* lebih dari 1 berarti nilai perusahaan mengalami peningkatan, jika nilai *Tobin's Q* lebih rendah dari 1 berarti nilai perusahaan mengalami penurunan.²⁷

3. Variabel Pemediasi/*Interviening*

Variabel *interviening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.²⁸

ISR merupakan variabel pemediasi, tapi juga diposisikan sebagai variabel dependen juga bila ditinjau dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. ISR diukur dengan indeks ISR dari masing-masing perusahaan setiap tahun. Nilai indeks tersebut diperoleh dengan metode *content analysis* pada laporan tahunan perusahaan. Indeks ISR adalah item-

²⁶ *Ibid.*, h. 71.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian* ... h. 97.

item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah.

Haniffa (2002) membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR, yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup. Kemudian dikembangkan oleh Othman *et al.* (2009) dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema tata kelola perusahaan.

Total item yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41 setelah dilakukan modifikasi oleh peneliti dimana yang relevan dengan pengungkapan *annual report* dari para perusahaan yang terdaftar dan lebih sesuai dengan aturan yang berlaku di Indonesia. Dimana item-item tersebut terdiri sebagai berikut;

Tabel 9
Indeks ISR

pembiayaan dan investasi	1	Riba
	2	Gharar (aktivitas yang mempunyai unsur ketidakpastian)
	3	Zakat
	4	Kebijakan keterlambatan piutang tak tertagih
	5	Pernyataan nilai tambah perush
produk dan jasa	6	Produk/kegiatan ramah lingkungan
	7	Kehalalan produk
	8	Keamanan dan kualitas produk
	9	Pelayanan pelanggan
Karyawan	10	Jam/waktu kerja
	11	Hari libur dan cuti
	12	Tunjangan
	13	Remunerasi
	14	Pendidikan dan pelatihan
	15	Kesempatan/kesetaraan gender

	16	Keterlibatan karyawan dalam diskusi/pengambilan keputusan
	17	Kesehatan dan keselamatan kerja
	18	Lingkungan kerja
	19	Karyawan dari kelompok khusus (disabilitas)
	20	Karyawan muslim boleh menjalankan ibadah dan puasa
	21	Tempat ibadah yang memadai
Masyarakat	22	Sedekah, donasi, sumbangan
	23	Sukarelawan dari kalangan karyawan
	24	Pemberian beasiswa
	25	Pemberdayaan lulusan (magang/pkl)
	26	Pengembangan kepemudaan
	27	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin
	28	Kepedulian terhadap anak
	29	Kegiatan amal/sosial
	30	Mensponsori acara berbagai bidang (kesehatan, budaya, dan lain-lain)
Lingkungan	31	Konservasi lingkungan
	32	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global
	33	Pendidikan mengenai lingkungan
	34	Pernyataan verifikasi indep. /audit lingk.
	35	Sistem manajemen lingkungan
tatakelola perusahaan	36	Status kepatuhan syariah
	37	Struktur kepemilikan saham
	38	Profil dewan direksi
	39	Pengungkapan praktik monopoli
	40	Pengungkapan perkara hukum
	41	Kebijakan anti korupsi

Sumber: hasil pengindeks-an peneliti dari berbagai sumber

Masing-masing item pengungkapan memiliki nilai 1 apabila item pada indeks ISR terdapat dalam data perusahaan, dan nilai 0 diberikan apabila sebaliknya. Berikut rumus untuk menghitung *disclosure level* setelah *scoring* (pemberian nilai) pada indeks ISR selesai dilakukan.

$$Disclosure\ Level = \frac{\text{Jumlah skor } disclosure \text{ yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor maksimum}}$$

E. Analisis Data

Ada beberapa teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis data. Tujuan dari analisis data adalah mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung di dalam data tersebut dan menggunakan hasilnya untuk menyelesaikan suatu masalah. Pada penelitian ini dilakukan pengujian *Component Based Structure Equation Model* (SEM) dengan program *Generalized Structured Component Analysis* (GeSCA).

1. *Structure Equation Model (SEM)*

Model persamaan struktural merupakan gabungan dua alat analisis yang diambil dari ekonometrika yaitu persamaan simultan yang menfokuskan pada prediksi dan psychometrika. SEM bagi para peneliti ilmu sosial memberikan kemampuan untuk melakukan analisis jalur (*path*). Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis *multivariate*.²⁹ Manfaat utama SEM dibandingkan dengan generasi pertama *multivariate* seperti *principal compenent analysis*, *factor analysis*, *discriminants analysis* atau *multiple regression*. SEM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi bagi peneliti untuk menghubungkan teori dan data.³⁰ Pada Penelitian kali ini peneliti menggunakan SEM berbasis component atau variance, metode ini sebagai *alternative covariance based SEM* (CBSEM).

²⁹ C. Fornell, A Second Generation of Multivariate Analysis: Classification of Methods and Implication for Marketing Research. In M.J. Houston (ed). *Review of Marketing*, (pp., 1987) h. 421.

³⁰ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured Component Analysis* (GeSCA), Model Struktural Berbasis Komponen, (Semarang: Badan Penerbit Univ. Diponengoro Semarang, 2013), h. 3.

Algoritma SEM berbasis *component* atau *variance* yang menggunakan alat uji PLS dan (atau) GeSCA ini ingin mendapatkan *the best weight estimate* untuk setiap blok indikator dari setiap variabel. Seperti dinyatakan oleh Wold bahwa PLS dan GeSCA merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena itu tidak didasarkan pada banyak asumsi.³¹ Walaupun PLS dan GeSCA dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Oleh karena lebih menitik beratkan pada data dan dengan prosedur estimasi yang terbatas, maka mispesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter. Dibandingkan dengan CB SEM, *component based* SEM-PLS dan GeSCA maka menghindarkan dua masalah serius yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy*.³²

PLS dan GeSCA dapat menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan indikator formatif dan hal ini tidak mungkin dijalankan dengan CBSEM karena akan terjadi *undifinied model*. Oleh karena algoritma dalam PLS dan GeSCA menggunakan analisis *series ordinary least square*, maka model bukan masalah dalam model *recursive* dan juga tidak mengasumsikan bentuk distribusi tertentu dari pengukuran variabel. Lebih jauh efisiensi perhitungan algoritma mampu mengestimasi modal yang besar dan kompleks dengan ratusan variabel maupun ribuan indikator.³³

Secara ringkas dapat disimpulkan bahwa jika model struktural dan model pengukuran yang dihipotesiskan dengan benar dalam artian menjelaskan *covariance* semua indikator dan kondisi data serta *sampel size terpenuhi*, maka CBSEM memberikan estimasi optimal dari parameter

³¹ H. Wold Partial Least Square. In S Kotz and N. L. Johnson (Eds) *Encyclopedia of Statistical Sciences*. Vol. 8, 1985, h 591.

³² C. Fornell and F. Bookstein, Two Structural Equation Model: Model: Lisrel and PLS Applied to Consumer Exit Voice Theory, *Journal of Marketing Research* Vol 19, h. 440.

³³ R.F. Falk and N. B. Milner, *A Primer for Soft Modelling* (Akron, OH: University of Akron Press. 1992), h. 85.

model. Ini ideal untuk konfirmasi model dan estimasi kebenaran parameter populasi. Tetapi, apabila data yang kita miliki tidak memenuhi asumsi yang dipersyaratkan dalam CBSEM (bisa kita kenal dengan istilah *hard modelling*), maka analisis CBSEM dapat memunculkan beberapa masalah antara lain³⁴:

- (a) *Improper solution* karena adanya nilai *variance* yang negatif atau sering kita kenal dengan istilah *heywood case*
- (b) *Factor indeterminacy* yang mengakibatkan program tidak memberikan hasil analisis karena model *undifinied*
- (c) *Non convergence algorithm*.

Namun bila pandangan *epistemic* dari data ke teori, *proverty data* yang ada, tingkat pengetahuan teoritis dan pengembangan pengukuran, pendekatan PLS dan GeSCA mungkin lebih cocok.

Berikut ringkasan perbandingan SEM berbasis *variance/component*- PLS dan GeSCA

Tabel 10
Perbandingan PLS dengan GeSCA

	PLS	GeSCA
Spesifikasi Model		
Jumlah Persamaan	Dua	Satu
Parameter Model	<i>Loading, Path Coeff.</i>	<i>Loading, Path Coeff.</i>
Estimasi Parameter	<i>Component Weight</i>	<i>Component Weight</i>
Data Input	<i>Raw Data</i>	<i>Raw Data</i>
Metode Estimasi	<i>Leasts Squares</i>	<i>Leasts Squares</i>
Fungsi Global Optimasi	Tidak	Ya

³⁴ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured ...* h. 10

Asumsi Normalitas	Tidak Dipersyaratkan	Tidak Dipersyaratkan
Ukuran Model Fit	Lokal	<i>Overall</i> dan Lokal

Sumber: Imam Ghozali, 2013.³⁵

Dalam model spesifikasi perbandingan mendefinisikan bahwa jumlah persamaan yang digunakan untuk menspesifikasikan model yaitu *measurement model* dan *structural model* pada GeSCA diintegrasikan dalam satu persamaan sedangkan PLS tidak menggabungkan kedua submodel kedalam satu persamaan dan tetap memisahkan ke dalam dua model persamaan submodel.

Estimasi parameter PLS dan GeSCA merupakan *input* data mentah (raw data), menggunakan metode estimasi *Least Squares*. Model bedanya pada GeSCA juga mengukur model fit secara global tetapi PLS tidak mengukur model fit secara global. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat analisisnya adalah GeSCA.

2. *Generalized Structural Component Analysis (GeSCA)*.

GeSCA merupakan suatu metode baru yang ditemukan oleh Hwang dan Takane (2004).³⁶ GeSCA merupakan metode analisis yang termasuk dalam kriteria *soft modelling*. *Soft modelling* bertujuan untuk mencari hubungan linear prediktif antar variabel, hubungan linear yang optimal dihitung dan diinterpretasikan sebagai hubungan prediktif terbaik yang tersedia dengan segala keterbatasan yang ada. *Soft* mempunyai arti tidak berdasarkan pada asumsi skala pengukuran, distribusi data dan jumlah sampel.³⁷

³⁵ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured ...* h. 8.

³⁶ H. Hwang dan Y. Takane, *Generalized Structured Component Analysis, Psychometrika*, Vol. 69 No. 1, 2004, h. 82.

³⁷ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured ...* h. 9.

Sesuai dengan namanya GeSCA merupakan bagian dari *Component Based SEM* dan menawarkan *criteria global least square optimization*, yang secara konsisten meminimumkan untuk mendapatkan estimasi parameter model. GeSCA juga dilengkapi dengan ukuran *model fit* secara keseluruhan yang disebut FIT. Nilai FIT berkisar dari 0 sampai 1. Semakin besar nilai FIT semakin besar *variance* dari data yang dapat dijelaskan model. Namun demikian nilai FIT sangat dipengaruhi oleh kompleksitas model, sehingga dikembangkan *Adjusted FIT (AFIT)* yang telah memasukkan kompleksitas model: $AFIT = 1 - (1 - FIT)do/di$, dimana $do = NJ$ derajat bebas (*degree of freedom*) untuk null model ($W=0$ dan $A=0$) dan $di = NJ - P$ yang merupakan derajat bebas model yang diuji, sedangkan P jumlah parameter bebas.³⁸

Software GeSCA yang dikembangkan oleh Hwang tahun 2007 dapat di jalankan melalui *website* dengan alamat www.sem-gesca.com. Secara khusus GeSCA memberikan kemudahan bagi pemakai untuk³⁹:

- a. Menggambarkan secara langsung diagram pada *window program*
- b. Menspesifikasi model indikator reflektif dan formatif
- c. Menggunakan metode *boothstrap* untuk mengestimasi *standar error parameter* yang nanti akan digunakan untuk menentukan nilai *t* statisik dan probabilitas signifikansinya.

Tahap model GeSCA dilakukan dalam tiga tahap, yaitu⁴⁰ :

- a. Evaluasi terhadap model pengukuran (*outer model*) dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite validity*, *average variance extracted*. (Tahap ini khususnya untuk variabel laten (reflektif), dan tidak berlaku untuk type formatif, seperti yang peneliti gunakan).
- b. Melihat *overall goodness fit model* seperti FIT dan AFIT.

³⁸ *Ibid.*, h. 16

³⁹ *Ibid.*, h. 17.

⁴⁰ *Ibid.*

- c. Evaluasi Model strukturalnya (*inner model*) dengan melihat koefisien jalur dari variabel *exogen* ke *endogen* dan melihat nilai signifikansinya.

Oleh karena di dalam penelitian variabelnya bukan model reflektif tetapi formatif (*observed*) tidak memerlukan indikator penjelas seperti variable laten maka *outer model* dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite validity*, *average variance extracted* tidak diperlukan.

a. Model Fit

Ada beberapa pengukuran *goodness fit* yaitu AFIT dan FIT. FIT mengukur seberapa besar *variance* dari data yang dapat dijelaskan oleh model dan nilai berkisar antara 0 sampai 1. Nilai FIT mendekati 1 semakin baik modelnya, tetapi nilai sangat sensitif terhadap kompleksitas model sehingga harus melihat AFIT nya.⁴¹

b. Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural dievaluasi dengan melihat nilai koefisien parameter tersebut. Nilai *t statistic* diperoleh dari hasil *bootstrapping* dengan membagi nilai koefisien parameter dengan nilai standar *error*-nya. Di samping nilai *t statistic* dilihat juga nilai R^2 yang mengukur variabilitas konstruk endogen yang dapat dijelaskan dari variabilitas konstruk eksogen.⁴²

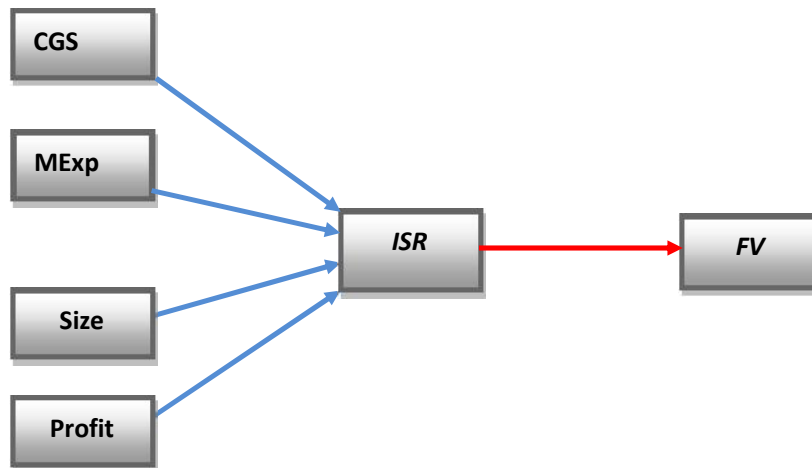
3. Model dan Rumus Persamaan Struktural

Hasil koefisien jalur (*regression weight*), diterapkan pada model penelitian adalah sebagai berikut berikut ini:

⁴¹ *Ibid.*, h. 19.

⁴² *Ibid.*

Gambar 3
Model Penelitian



Selanjutnya dari model tersebut dapat dibentuk persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut ini

$$1 = 1_1 + 2_2 + 3_3 + 4_4 + 1 \dots\dots\dots (1)$$

$$2 = 1_1 + 2 \dots\dots\dots (2)$$

Di mana:

- 1 (Ksi) : CGS sebagai variabel eksogen (bebas) pertama;
- 2 : *Media Expose* sebagai variabel eksogen (bebas) kedua;
- 3 : *Size* sebagai variabel eksogen (bebas) ketiga;
- 4 : *Profit* sebagai variabel eksogen (bebas) keempat;
- 1 (Eta) : ISR sebagai variabel endogen (terikat) pertama atau mediasi;
- 2 : Nilai Perusahaan (*Firm Value*) sebagai variabel endogen (terikat) murni atau variabel terikat kedua;
- 1,...,4 : hubungan langsung variabel eksogen dengan endogen
- 1 : hubungan langsung variabel endogen dengan endogen
- 1,2 (Zeta) : *Measurement error* persamaan struktural.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Sampel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate governance strength*, *media exposure*, dan karakteristik perusahaan terhadap *islamic social report* dan dampaknya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* dalam periode 2012 – 2015. *Jakarta Islamic Index* atau biasa disebut JII adalah salah satu indeks saham yang ada di Indonesia yang menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Pembentukan JII tidak lepas dari kerja sama antara Pasar Modal Indonesia (dalam hal ini PT Bursa Efek Jakarta) dengan PT Danareksa Investment Management (PT DIM). JII telah dikembangkan sejak tanggal 3 Juli 2000. Pembentukan instrumen syariah ini untuk mendukung pembentukan Pasar Modal Syariah yang kemudian diluncurkan di Jakarta pada tanggal 14 Maret 2003. Setiap periodenya terpilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler selama 1 (satu) tahun terakhir.

Pembentukan JII sendiri bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan investor untuk melakukan investasi pada saham berbasis syariah dan memberikan manfaat bagi pemodal dalam menjalankan syariah Islam untuk melakukan investasi di bursa efek. JII juga diharapkan dapat mendukung proses transparansi dan akuntabilitas saham berbasis syariah di Indonesia. JII menjadi jawaban atas keinginan investor yang ingin berinvestasi sesuai syariah. Dengan kata lain, JII menjadi pemandu bagi investor yang ingin menanamkan dananya secara syariah tanpa takut tercampur dengan dana ribawi. Selain itu, JII menjadi tolak ukur kinerja (*benchmark*) dalam memilih portofolio saham yang halal.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui *website* resmi

Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan metode tersebut diperoleh 67 perusahaan selama 4 tahun periode penelitian yakni dari 2012 sampai dengan 2015.

Tabel 11
Perhitungan Sampel Perusahaan

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan yang masuk dalam indeks JII selama kurun waktu tahun 2012-2015	120
2	Perusahaan yang tidak secara konsisten masuk dalam indeks JII selama satu tahun (periode)	(14)
3	Perusahaan yang tidak menggunakan unit moneter rupiah dalam laporan tahunan perusahaannya	(20)
4	Perusahaan yang menderita kerugian	(1)
5	<i>Outlier Data</i>	(18)
Sampel Akhir Penelitian		67

Sumber: hasil olah peneliti

Sampel akhir yang diambil dan diolah dalam penelitian ini pada awalnya adalah 85 perusahaan dengan periode pengamatan 4 tahun. Setelah dilakukan pemrosesan data sebelum dilakukan analisis terdapat 18 observasi *outlier*. Data *outlier* dikeluarkan dari proses analisis sehingga data yang dapat dianalisis sebanyak 67 observasi perusahaan.

B. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan deskripsi data masing-masing variabel seperti nilai minimum, nilai maksimum, dan *mean* (rata-rata). Statistik deskriptif

digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu data yang diteliti. Pengujian statistik deskriptif menggunakan 67 data observasi penelitian dari masing-masing variabel yang digunakan yaitu: *Corporate Governance Strength (CGS)*, *Media Exposure (ME)*, Ukuran Perusahaan (*Size*), Profitabilitas (*Profit*), *Islamic Social Report (ISR)*, dan Nilai Perusahaan (*FV*).

Tabel 12
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CGS	67	1.00	3.00	1.3731	.57303
ME	67	1.00	2.00	1.8209	.38633
SIZE	67	6101007.00	245435000.00	43546886.9701	55619358.47018
PROFIT	67	233046.00	38809000.00	6278763.2090	8666432.70787
ISRINDEX	67	.49	.83	.6715	.08439
FV	67	1.01	21.51	3.0199	3.63719
Valid N (listwise)	67				

Sumber: hasil olah peneliti

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat dari 67 sampel penelitian, menggambarkan mengenai statistik deskriptif skor untuk *CGS* mempunyai nilai *minimum* 1 dan nilai *maximum* 3. *CGS* sendiri merupakan akumulasi gabungan nilai antara komponen komisaris independen, komite audit dan *duality* jabatan. Untuk nilai *mean* nya adalah 1.3731 dan nilai *standar deviation* 0,57303.

ME atau *media exposure* tergambar dari statistik deskriptif mempunyai nilai *minimum* 1 dan nilai *maximum* 2. Dalam hal ini nilai 1 berarti tidak memaparkan aktivitas syariah dalam suatu media (selain *annual report*), sedangkan nilai 2 artinya memaparkan aktivitas syariahnya. Jika dilihat dari nilai *mean* yang mencapai 1,8209 berarti diindikasikan bahwa hampir sebagian besar (55 perusahaan atau setara dengan 82,1%) perusahaan memaparkan aktivitas sosial syariahnya dalam suatu media. Sedangkan untuk nilai *standar deviation* 0,38633.

Untuk variabel ukuran perusahaan (*size*) dari 67 sampel yang diteliti menunjukkan bahwa nilai *minimum* 6.101.007 (dalam jutaan rupiah) dan nilai *maximum* 245.435.000 (dalam jutaan rupiah). Nilai tertinggi tercatat dimiliki oleh perusahaan Astra Internasional (ASII) pada tahun 2015, sedangkan nilai terendah tercatat oleh perusahaan Timah Persero (TINS) pada tahun 2012. Nilai *mean* untuk variabel *size* adalah 43.546.886,9701 (dalam jutaan rupiah), dan nilai *standar deviation* 55619358.47018. Jika dilihat bahwa nilai *standar deviation* lebih besar dari nilai *mean* nya maka simpangan dari data antara satu dengan yang lainnya cukup besar. Oleh karena itu untuk pengukuran *size* pada waktu pengolahan data menggunakan pengukuran *Logaritma (size)*. Logaritma memindahkan fokus penghitungan dari bilangan normal ke pangkat-pangkat (eksponen) dan dapat menghindari bias.

Untuk variabel Profitabilitas (*profit*) yang diukur menggunakan *earning before tax* dari 67 sampel yang diteliti menunjukkan bahwa nilai *minimum*nya adalah 233.046 (dalam jutaan rupiah) dan nilai *maximum* 38.809.000 (dalam jutaan rupiah). Nilai tertinggi tercatat dimiliki oleh perusahaan Astra Internasional (ASII) pada tahun 2014, sedangkan nilai terendah tercatat oleh perusahaan Matahari Putra Prima (MPPA) pada tahun 2015. Nilai *mean* untuk variabel *size* adalah 6.278.763,209 (dalam jutaan rupiah), dan nilai *standar deviation* 8.666.432,708. Jika dilihat bahwa nilai *standar deviation* lebih besar dari nilai *mean* nya maka simpangan dari data antara satu dengan yang lainnya cukup besar. Oleh karena itu untuk pengukuran *profit* pada waktu pengolahan data menggunakan pengukuran *Log (Logaritma)*.

Islamic Social Reporting (ISR) yang diproksikan dengan *ISR index* menunjukkan bahwa nilai *minimum* dari *ISR index* adalah 0,49 dan nilai *maximum* adalah 0,83. Dari hasil tersebut memperlihatkan sebagian besar (hampir sebagian dari item pelaporan ISR dipenuhi oleh perusahaan-perusahaan di JII). Pengungkapan item pelaporan ISR terendah oleh perusahaan Alam Sutera Realty (ASRI) tahun 2013 dan 2015 dan Global Mediacom (BMTR) tahun 2014. Dimana perusahaan-perusahaan tersebut mengungkapkan 20 item pelaporan dari total 41

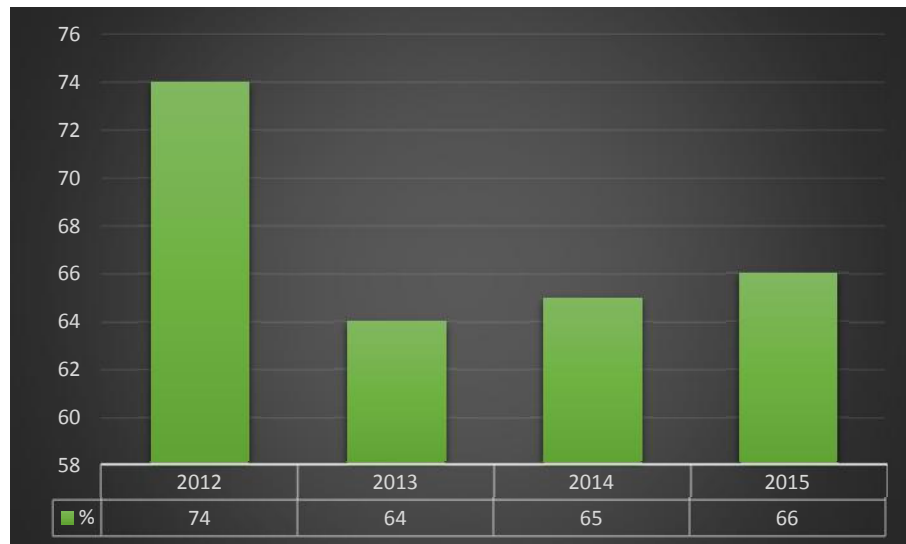
item pelaporan ISR yang peneliti kembangkan. Sedangkan pengungkapan yang tertinggi dilakukan oleh perusahaan Kalbe Farma (KLBF) pada tahun 2012 dan Semen Gresik (SMGR) pada tahun 2015 dengan total mengungkapkan 34 item pelaporan dari total 41 item pelaporan ISR. *ISR index* memiliki nilai *mean* 0,6715 dan nilai *standar deviation* 0,0843. Dari pengamatan yang dilakukan rata-rata perusahaan yang diamati sebagai sampel penelitian mengungkapkan sebanyak 28 dari 41 item pelaporan ISR.

Nilai Perusahaan (*Firm Value*) yang diukur menggunakan Tobins'Q menunjukkan bahwa nilai *minimum* dari *firm value* adalah 1,01 dan nilai *maximum* adalah 21,51. Nilai perusahaan yang terendah dari pengamatan tahun 2012 sampai 2015 adalah perusahaan ANTM (Aneka Tambang Persero) tahun 2012 dan Nilai Perusahaan tertinggi adalah perusahaan UNVR (Unilever Indonesia) pada tahun 2015. Untuk *mean* untuk nilai perusahaan sebesar 3.0199 dan nilai *standar deviation*nya adalah 3.6372.

C. Hasil Content Analysis ISR

1. Skor Indeks Pelaporan ISR

Skor indeks ISR yang merupakan variabel endogen dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan tahunan perusahaan yang masuk ke dalam sampel dalam kurun waktu 2012-2015. Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah terbagi menjadi 6 tema yaitu: Tema Pendanaan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema Masyarakat, Tema Lingkungan Hidup, dan Tema Tata Kelola Perusahaan. Dimana total item yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41 setelah dilakukan modifikasi oleh peneliti dimana yang relevan dengan pengungkapan *annual report* dari para perusahaan yang terdaftar dan lebih sesuai dengan aturan yang berlaku di Indonesia.

Gambar 4**Total Skor Indeks ISR Tahun 2012 - 2015**

Sumber: hasil olah peneliti

Berdasarkan Gambar 4 Total Skor Indeks ISR tahun 2012-2015 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan skor indeks ISR mengalami penurunan pada tahun 2012 ke tahun 2013 yaitu sebesar 10% dari total 75% pengungkapan item ISR di tahun 2012 menjadi 64% di tahun 2013. Hal ini menandakan bahwa perusahaan yang kegiatan operasinya sesuai dengan prinsip syariah agak berkurang dalam rangka pelaporan dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan prinsip syariah selama kurun waktu 2012-2013. Sedangkan untuk periode tahun 2013 sampai tahun 2015 secara konsisten mengalami peningkatan dari 64% di tahun 2013, menjadi 65% di tahun 2014 selanjutnya 66% pada tahun 2015. Hasil ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan praktik tanggung jawab sosial perusahaan syariah di Indonesia.

Ketidak konsistenan pengungkapan setiap perusahaan pada setiap tahunnya pada dasarnya tidak selalu bisa dipastikan karena masing-masing perusahaan memiliki tingkat pengungkapan yang berbeda-beda. Ada perusahaan yang mengungkapkan secara baik namun ada pula yang

sebaliknya. Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah setiap perusahaan berbeda-beda, ada perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah dengan baik, namun ada pula perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah dengan sangat minim.

Perbedaan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah setiap perusahaan dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal perusahaan, menurut Fitria dan Hartanti kebijakan pimpinan sangat mempengaruhi pola pelaksanaan tanggung jawab sosial di perusahaan syariah.¹ Sedangkan, salah satu faktor eksternal adalah tekanan dari para pemangku kepentingan masing-masing perusahaan syariah untuk melaksanakan, dan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara syariah. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah sifatnya sukarela, jadi tidak ada standar mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial secara syariah, dan tidak ada standar mengenai pokok pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah menjadi tidak seragam.

Berdasar pada skor indeks pengungkapan ISR terjadi penurunan nilai pengungkapan ISR setelah tahun 2012. Hal ini sangat dimungkinkan karena terbitnya Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas melengkapi panduan penting bagaimana tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan. Sehingga, tidak bisa dipungkiri hal tersebut cukup mempengaruhi beberapa poin pengungkapan *social* pada masing-masing perusahaan.

Ada dua isu penting dalam peraturan ini yang patut digarisbawahi. Pertama, tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi tanggung jawab

¹ Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, "Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan *Global Reporting Initiative* Indeks Dan *Islamic Sosial Reporting Indeks*". Simposium Nasional Akuntansi 13 Purwokerto, 2010, h. 2

hukum seluruh perseroan (pasal 3); hal ini memperluas lingkup subjek hukumnya. Kedua, pengeluaran tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat menjadi biaya perseroan (pasal 5 ayat 2) dan pelaksanaannya dimuat dalam laporan tahunan perseroan serta dipertanggungjawabkan dalam rapat umum pemegang saham (pasal 6). Kedua pasal ini menjadi domain penting dalam perspektif akuntansi dan pelaporannya.

Inilah titik balik praktik *social responsibility* yang sebelumnya hanya dilihat sebagai kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya. Apabila sebelumnya praktik *social responsibility* lebih menysasar korporasi di bidang ekstraktif, PP No 47 Tahun 2012 memberi legitimasi perusahaan dalam aktivitasnya dan pengungkapan aktifitas sosialnya. Namun, entitas syariah secara intrinsik sudah terlibat dalam masalah sosial dengan adanya kewajiban zakat dan infak/sedekah. Dalam hal pengungkapan, sejak tahun 2007 sebenarnya PSAK 101 (Penyajian Laporan Keuangan) telah pula mewajibkan penyajian Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat; serta Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan. Walaupun pada tingkat eksekusi pengungkapannya belum menunjukkan hasil yang optimal.

2. Persentase Pengungkapan ISR

Pembahasan *content analysis* dapat dilakukan dari masing-masing tema indeks ISR. Indeks ISR terdiri dari enam tema, dimana diambil dari kajian yang dilakukan oleh Haniffa (2002) yang membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR, yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup.² Kemudian dikembangkan oleh Othman *et al* (2009) dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema tata kelola perusahaan.³

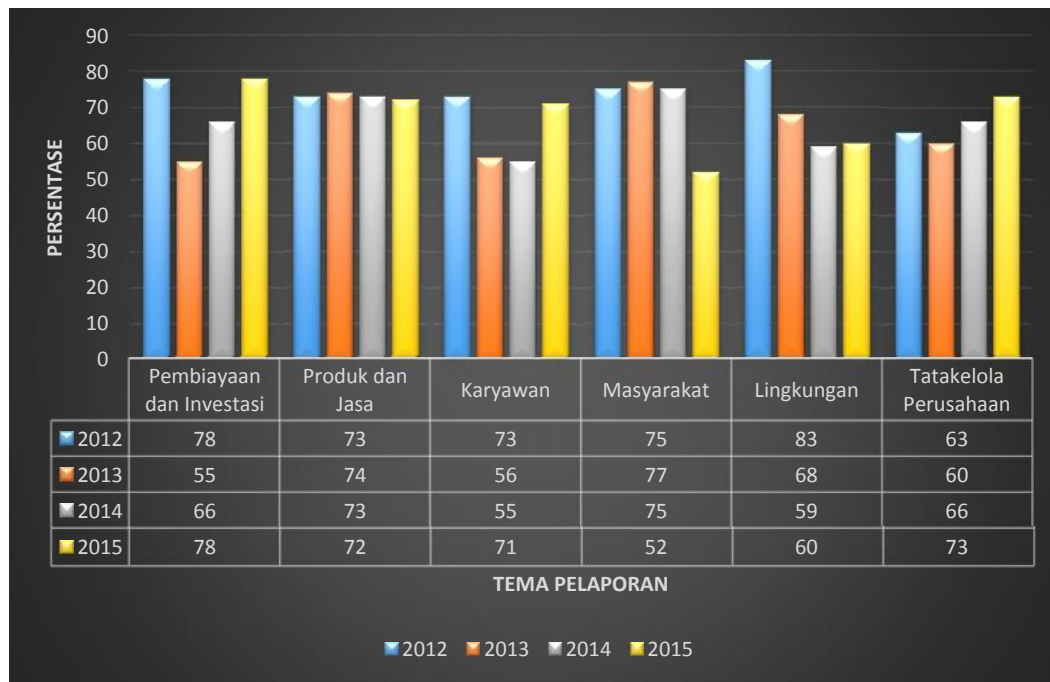
² Ross Haniffa, Sosial Reporting Disclosure-An Islamic Perspective, *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), 2002, h 137.

³ Rohana Othman, A. Md. Thani, dan E.K. Ghani. “*Determinants of Islamic Sosial Reporting Among Top Shariah Approved Companies in Bursa Malaysia*”. *Research Journal of International Studies*, Vol. 12, 2009

Nilai indeks tersebut diperoleh dengan metode *content analysis* pada laporan tahunan perusahaan. Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Hasil *content analysis* skor indeks ISR setiap tema disajikan secara detail pergerakannya dari tahun ke tahun seperti yang tersaji pada gambar dibawah ini:

Gambar 5

Persentase Pengungkapan ISR tahun 2012 - 2015



Sumber: hasil olah peneliti

Sesuai dengan gambar 5 di atas, secara umum skor indeks ISR masing- masing tema mengalami pergerakan yang bervariasi selama tahun 2012-2015, tema pembiayaan dan investasi mengalami pergerakan fluktuatif, dari tinggi rendah kemudian ke tinggi lagi pada tingkat 78%. Selanjutnya tema produk dan jasa pergerakan untuk persentase pelaporan dari tahun ke tahun konstan, stabil di angka 72-74%. Tema karyawan sama hal dengan tema pembiayaan pergerakan fluktuatif, dari tinggi rendah

kemudian terakhir tinggi lagi pada tingkat 71%. Tema masyarakat persentasenya cukup tinggi antara tahun 2012-2014 pada tingkat 75-77% kemudian turun pada tahun 2015 di angka 52% turun sekitar 20an%. Selanjutnya tema lingkungan menunjukkan persentase yang tinggi pada tahun 2012 tahun selanjutnya mengalami penurunan yang cukup signifikan dari 83% dan akhirnya menjadi 60%. Terakhir untuk tema tata kelola perusahaan mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya dari 63% sampai akhirnya meningkat menjadi 73%.

Berdasarkan gambar 5 di atas, penjelasan untuk masing-masing tema akan dijelaskan satu per satu. Berikut ini adalah penjelasan hasil *content analysis* untuk setiap tema indeks ISR:

a. Tema Pembiayaan dan Investasi

Tema pembiayaan dan investasi terdiri dari lima pokok pengungkapan, meliputi pengungkapan riba, gharar, zakat, kebijakan piutang tidak tertagih dan pernyataan nilai tambah perusahaan. Tabel di bawah ini mengungkapkan persentase pengungkapan berdasar item-item pengungkapan dengan tema pembiayaan dan investasi

Tabel 13

Pengungkapan ISR Tema Pembiayaan dan Investasi

No	Item	Persentase
1	Riba	100
2	Gharar (aktivitas tidak pasti)	94
3	Zakat	9
4	Kebijakan keterlambatan piutang/tak tertagih	67
5	Pernyataan nilai tambah perusahaan	76

Sumber: hasil olah peneliti

Berdasar dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa dari 67 perusahaan yang menjadi sampel penelitian melaporkan semua item riba pada laporan tahunan perusahaan dari tahun 2012 dan 2015. Pengungkapan

tersebut mencakup jumlah utang yang mengandung bunga, jumlah beban bunga, tujuan penggunaan utang yang mengandung bunga, serta pendapatan bunga.

Pengungkapan kegiatan yang mengandung gharar menunjukkan angka 94%, dalam hal ini hanya 6% yang tidak melaporkan item tersebut. Dari data yang dianalisa pada tahun 2013 dan 2014 ada sedikit perusahaan yang tidak melaporkan item ini. Sedangkan pada tahun yang lain semua perusahaan melaporkan aktivitas gharar ini.

Perusahaan yang sahamnya dikategorikan sebagai saham syariah, sudah seharusnya perusahaan melakukan pembayaran zakat serta mengungkapkannya. Namun, dalam penelitian ini hanya 9% mengungkapkan kegiatan zakat yang telah mereka lakukan. Hanya perusahaan Astra Internasional (ASII) mengungkapkan kegiatan zakatnya tiap tahun dari 2012-2015 dan perusahaan United Tractor (UNTR) pada tahun 2013. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut belum secara komprehensif mengungkapkan kegiatan zakat yang telah mereka lakukan. Tidak diungkapkannya perihal zakat dalam laporan perusahaan mengandung dua kemungkinan, yakni perusahaan telah membayar zakat akan tetapi tidak mengungkapkannya di laporan perusahaan atau perusahaan memang tidak membayar zakat sama sekali sehingga perusahaan tidak melakukan pengungkapan dalam laporannya.

Pokok pengungkapan selanjutnya adalah kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih, sebagian besar perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mengungkapkan kebijakan tersebut, dimana persentasenya mencapai 67%. Skor ini menunjukkan bahwa perusahaan syariah di Indonesia sudah mulai baik dalam mengungkapkan penghapusan piutang tak tertagih.

Pokok pengungkapan yang terakhir dalam tema ini terkait dengan ada atau tidaknya pernyataan nilai tambah dalam laporan perusahaan. Jumlah perusahaan yang mengungkapkan hal ini relatif cukup tinggi dalam

kurun waktu 2012-2015 dengan persentase 76% karena pernyataan nilai tambah biasanya diungkapkan pada bagian visi, misi, nilai-nilai perusahaan, laporan Dewan Komisaris, atau laporan Dewan Direksi yang isinya cenderung hampir sama setiap tahun.

Secara keseluruhan, jumlah perusahaan yang mengungkapkan tiap-tiap item pengungkapan pada tema investasi dan keuangan cukup stabil, kecuali untuk item zakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perusahaan masih belum sepenuhnya mengungkapkan tema investasi dan keuangan ini secara baik.

b. Tema Produk dan Jasa

Dalam tema produk dan jasa terdapat empat pokok pengungkapan. Pertama, pokok pengungkapan terkait dengan produk atau kegiatan operasi ramah lingkungan, selanjutnya kehalalan produk, keamanan dan kualitas produk, serta yang terakhir pelayanan pelanggan.

Tabel 14
Pengungkapan ISR Tema Produk dan Jasa

No	Item	Persentase
6	Produk/Kegiatan Ramah lingkungan	91
7	Kehalalan Produk	21
8	Keamanan dan Kualitas Produk	100
9	Pelayanan Pelanggan	96

Sumber: hasil olah peneliti

Dalam tema produk dan jasa terdapat empat pokok pengungkapan. Pertama, pokok pengungkapan terkait dengan produk atau kegiatan operasi ramah lingkungan, hampir semua perusahaan mengungkapkan produk atau kegiatan operasional yang ramah lingkungan yang dilakukan oleh masing-masing pelanggan. Hanya 9% atau 6 perusahaan saja dari total 67 perusahaan yang tidak mengungkapkan item terkait produk atau kegiatan ramah lingkungan. Bahkan untuk tahun 2016 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian mengungkapkan semua item produk atau kegiatan

ramah lingkungan dalam laporan tahunan perusahaannya.

Selanjutnya, pokok pengungkapan yang berhubungan dengan kehalalan produk, sebagian besar perusahaan masih tidak mengungkapkan mengenai kehalalan produknya dalam laporan perusahaan dimana dibuktikan item ini hanya mempunyai persentase 21%. Selama tahun pengamatan yang selalu mengungkapkan mengenai biasanya perusahaan yang bergerak di *industry food and beverages*, seperti perusahaan Indofood (INDF dan ICBP), selain itu juga ada perusahaan yang bergerak ada di bidang *agriculture-palm oil* (LSIP) dan *consumer goods* (Unilever-UNVR). Total hanya 14 perusahaan yang mengungkapkan item ini pada laporan tahunannya. Perusahaan yang tidak mengungkapkan kehalalan produk dalam laporannya bukan berarti produk yang dihasilkan perusahaan tersebut tidak halal, perusahaan yang mengungkapkan status kehalalan produk adalah perusahaan yang bergerak pada sektor makanan dan minuman, *agriculture*, serta industri farmasi. Mengingat, perusahaan-perusahaan yang masuk dalam indeks JII bergerak di berbagai sektor, maka perusahaan-perusahaan yang tidak bergerak di domain tersebut tidak mengungkapkan status kehalalan produk mereka, karena produk yang dihasilkan tidak dikonsumsi oleh masyarakat.

Pokok pengungkapan berikutnya adalah keamanan dan kualitas produk, persentase pengungkapan selama tahun pengamatan adalah 100%, dimana hal ini berarti bahwa semua perusahaan mengungkapkan item keamanan dan kualitas produk dalam laporan tahunannya. Sedangkan pengungkapan terkait pelayanan pelanggan cukup tinggi selama tahun pengamatan, yaitu mencapai 96%. Hal ini menunjukkan hanya 3 perusahaan saja yang tidak mengungkapkan item pelayanan pelanggan. Pengungkapan keamanan dan kualitas produk serta pelayanan pelanggan menunjukkan bukti bahwa item ini menjadi fokus utama bagi sebagian besar perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (muslim).

Secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan

tema produk dan jasa mengalami peningkatan. Adanya peningkatan pengungkapan tersebut diharapkan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh para konsumen.

c. Tema Karyawan

Tema karyawan terdiri dari tiga belas pokok pengungkapan meliputi berbagai hal seperti yang tertera dibawah ini

Tabel 15
Pengungkapan ISR Tema Karyawan

No	Item	Persentase
10	Jam atau Waktu Kerja	40
11	Hari Libur dan Cuti	49
12	Tunjangan	99
13	Remunerasi	97
14	Pendidikan dan Pelatihan	100
15	Kesempatan/Kesetaraan Gender	84
16	Keterlibatan Karyawan dalam diskusi/pengambilan kep.	52
17	Kesehatan dan Keselamatan Kerja	94
18	Lingkungan Kerja	93
19	Karyawan dari Kelompok Khusus (disabilitas)	18
20	Karyawan Muslim boleh menjalankan ibadah dan puasa	13
21	Tempat Ibadah yang Memadai	27

Sumber: hasil olah peneliti

Pengungkapan pendidikan dan pelatihan pegawai merupakan pokok pengungkapan yang selalu diungkapkan oleh semua perusahaan selama periode pengamatan peneliti. Hal ini ditunjukkan dengan persentase pengungkapan mencapai 100%. Sedangkan pengungkapan terkait tentang tunjangan dan remunerasi juga hampir semua perusahaan

mengungkapkannya. Persentase pengungkapan tunjangan mencapai 99%, dimana terdapat 1 perusahaan pada tahun 2012 yang tidak mengungkapkan item ini selama tahun pengamatan 2012-2015. Sedangkan untuk remunerasi persentasenya mencapai 97%, hal ini menunjukkan hanya 2 perusahaan saja yang tidak mengungkapkan item ini selama tahun pengamatan. Ketiadaan pengungkapan tersebut juga terjadi pada tahun 2012. Selanjutnya, perusahaan melakukan pengungkapan mengenai kesehatan dan keselamatan kerja, serta lingkungan kerja juga menunjukkan persentase yang tinggi. Persentase pengungkapan mengenai kesehatan dan keselamatan kerja menunjukkan angka 94% dan 93% dimana hanya 4 dan 5 perusahaan saja tidak mengungkapkan item yang dimaksud. Bahkan tahun 2015 untuk item pengungkapan kesehatan dan keselamatan kerja semua perusahaan melakukan pengungkapan item tersebut. Sedangkan untuk pengungkapan lingkungan kerja di tahun 2013 semua perusahaan juga mengungkapkan item tersebut. Pokok pengungkapan yang mempunyai persentase yang tinggi selanjutnya adalah item pengungkapan kesetaraan gender, dimana persentasenya mencapai 84%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat 11 perusahaan dari 67 yang tidak mengungkapkan item tersebut selama tahun pengamatan.

Dari serangkaian hasil di atas menunjukkan bahwa item pengungkapan pendidikan dan pelatihan kerja, tunjangan, remunerasi, kesehatan keselamatan kerja, lingkungan kerja serta kesetaraan gender merupakan pokok pengungkapan yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek tersebut merupakan aspek paling penting bagi kesejahteraan karyawan sehingga perusahaan sudah selayaknya memberikan *reward* kepada seluruh karyawan yang bernilai lebih. Hasil *content analysis* menunjukkan bahwa seluruh perusahaan berkomitmen untuk selalu meningkatkan kualitas karyawannya.

Selanjutnya, perusahaan melakukan pengungkapan mengenai kesehatan dan keselamatan kerja, lingkungan kerja, dan kesetaraan hak

antara pria dan wanita. Pokok pengungkapan mengenai kesehatan dan keselamatan kerja serta lingkungan kerja terlihat dari pelaksanaan dan evaluasi pengelolaan Lingkungan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (LK3) perusahaan, contohnya *zero accident* program dan sertifikasi dari pihak independen seperti OHSAS 18001 Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Sedangkan, pokok pengungkapan mengenai kesetaraan hak antara pria dan wanita terlihat dari komitmen perusahaan untuk menjunjung tinggi asas kewajaran dan kesetaraan dengan cara memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh karyawan untuk berkembang.

Pada sisi yang lain terlihat bahwa perusahaan tidak terlalu menaruh perhatian penuh pada pengungkapan jam kerja, hari libur dan cuti, keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan, karyawan dari kelompok khusus, karyawan (muslim) diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu shalat dan berpuasa di saat ramadhan, dan tempat ibadah yang memadai. Hal ini ditandai bahwa persentase item-item pengungkapan tersebut rata-rata 50% ke bawah. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa terdapat hak-hak dasar karyawan (muslim) yang belum sepenuhnya diungkapkan secara baik dalam laporan tahunan perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perusahaan yang terdapat pada JII belum mengungkapkan aspek-aspek karyawan dengan baik. Perusahaan sudah seharusnya memenuhi kebutuhan spiritual tiap karyawannya dan mengungkapkannya dalam laporan perusahaan sebagai suatu bentuk pelaporan sosial perusahaan secara islami.

d. Tema Masyarakat

Pokok pengungkapan pada tema masyarakat terbagi menjadi sembilan bagian dan tema masyarakat merupakan tema yang cukup konsisten diungkapkan oleh perusahaan syariah di Indonesia. Pengungkapan yang paling sangat menonjol untuk diungkapkan selama tahun pengamatan

adalah pengungkapan terkait dengan kegiatan amal atau sosial (99%), sedekah, donasi dan sumbangan (91%) serta mensponsori kegiatan di berbagai bidang (90%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar perusahaan syariah di Indonesia telah memiliki kesadaran yang baik mengenai pentingnya berbagi dalam bentuk kegiatan amal, sedekah dan mensponsori kegiatan-kegiatan sosial dengan tujuan untuk saling meringankan beban orang lain. Hal di atas menjadi sorotan utama setiap perusahaan karena kesejahteraan masyarakat merupakan indikator yang sangat erat hubungannya dengan konsep tanggung jawab sosial.

Selanjutnya pengungkapan kepedulian terhadap anak-anak (81%), peningkatan kualitas hidup masyarakat kurang mampu (75%), pemberian beasiswa (73%), dan pengembangan kepemudaan atau organisasi kepemudaan (61%) menunjukkan nilai pengungkapan yang cukup tinggi. Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan dan pendidikan masyarakat sebagai salah satu upaya dalam rangka meningkatkan pertumbuhan negara.

Tabel 16

Pengungkapan ISR Tema Masyarakat

No	Item	Persentase
22	Sedekah, Donasi, Sumbangan	91
23	Sukarelawan dari Kalangan Karyawan	17
24	Pemberian Beasiswa	73
25	Pemberdayaan Lulusan (Magang/Praktek Kerja Lapangan)	39
26	Pengembangan Kepemudaan/Organisasi Kepemudaan	61
27	Peningkatan kualitas Hidup Masyarakat Kurang Mampu	75
28	kepedulian terhadap Anak-anak	81
29	Kegiatan Amal/Sosial	99

30	Mensponsori Acara Berbagai Bidang (Kesehatan, Budaya dan berbagai bidang lainnya)	90
----	--	----

Sumber: hasil olah peneliti

Pokok pengungkapan lain yang tidak terlalu banyak dilakukan perusahaan terkait dengan pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (39%) dan sukarelawan dari kalangan karyawan (17%). Kedua program tersebut merupakan program yang tidak umum dimiliki seluruh perusahaan. Karakteristik kedua program tersebut sifatnya bergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan dengan memperhitungkan terlebih dahulu tujuan, biaya, dan manfaat dari program tersebut bagi perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepedulian perusahaan-perusahaan terhadap masyarakat tergolong baik. Penjelasan terkait mengenai pihak yang menerima bantuan dan bukti konkrit berupa foto pada dasarnya telah diungkapkan oleh sebagian perusahaan secara luas. Walaupun, masih ditemukannya keterbatasan dalam pengungkapan aspek-aspek yang berkaitan dengan prinsip Islam. Perusahaan-perusahaan tersebut sebaiknya mengungkapkan secara detail aspek-aspek yang berkaitan dengan pelaporan sosial secara islami.

e. Tema Lingkungan

Tabel 17

Pengungkapan ISR Tema Lingkungan

No	Item	Persentase
31	Konservasi Lingkungan	91
32	Kegiatan Mengurangi Efek Pemanasan Global	93
33	Pendidikan Mengenai Lingkungan	46
34	Pernyataan Verifikasi Independen /Audit Lingkungan	39
35	Sistem Manajemen Lingkungan	67

Sumber: hasil olah peneliti

Tema lingkungan terbagi menjadi lima tema, dalam kurun waktu 2012-2016, pokok pengungkapan yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan dengan persentase sebanyak 93% adalah pokok kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global, dimana hanya 5 perusahaan tidak mengungkapkan item ini selama tahun pengamatan. Bahkan pada tahun 2012 semua perusahaan mengungkapkan item di atas. Kegiatan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain. Pokok pengungkapan tertinggi kedua dan ketiga adalah pokok pengungkapan konservasi lingkungan (91%) dan sistem manajemen lingkungan (67%). Salah satu tanda yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sistem manajemen lingkungan yang baik terlihat dari kepemilikan sertifikasi ISO 14001 Sistem Manajemen Lingkungan. Ketiga pokok pengungkapan tersebut sebagian besar dilakukan oleh perusahaan di industri pertambangan, properti, dan perkebunan.

Berikutnya pokok pengungkapan pendidikan mengenai lingkungan dan pernyataan verifikasi independen (46%) atau audit lingkungan (39%). Salah satu faktor yang menyebabkan tidak banyaknya perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan mengenai pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan adalah faktor biaya. Oleh karena itu, biasanya perusahaan yang telah melakukan dan mengungkapkan hal tersebut hanyalah perusahaan-perusahaan besar.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa kepedulian dan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan semakin meningkat. Meningkatnya kepedulian dan kesadaran perusahaan seiring dengan semakin meningkatnya pemanasan global dan rusaknya alam akibat ulah manusia dengan kegiatan operasi perusahaan.

f. Tema Tata Kelola Perusahaan

Tabel 18

Pengungkapan ISR Tema Tata Kelola Perusahaan

No	Item	Persentase
36	Status Kepatuhan Syariah	10
37	Struktur Kepemilikan Saham	100
38	Profil Dewan Direksi	100
39	Pengungkapan Praktik Monopoli	7
40	Pengungkapan Perkara Hukum	88
41	Kebijakan Anti Korupsi	67

Sumber: hasil olah peneliti

Tema tata kelola perusahaan mencakup enam pokok pengungkapan. Pokok pengungkapan yang dilakukan oleh seluruh perusahaan adalah pokok pengungkapan struktur kepemilikan saham dan profil dewan direksi. Kedua pokok pengungkapan tersebut merupakan pokok pengungkapan yang diwajibkan oleh BAPEPAM-LK sehingga semua perusahaan dipastikan melaporkan item tersebut pada laporan tahunannya. Hal ini dibuktikan dengan persentase pengungkapan yang mencapai 100% untuk semua sampel perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya yang mempunyai item cukup tinggi lagi adalah poin pengungkapan perkara hukum yang mencapai 88% dan poin kebijakan anti korupsi mencapai 67%. Seperti yang kita ketahui bersama, ketidakterlibatan perusahaan dalam perkara hukum merupakan salah satu upaya untuk menjaga dan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Apabila perusahaan tidak sedang terlibat dalam perkara hukum, BAPEPAM-LK tidak mewajibkan perusahaan untuk mencantumkannya dalam laporan tahunan perusahaan. Sedangkan pengungkapan kebijakan antikorupsi menunjukkan perusahaan berusaha menegakkan hukum dan mengindikasikan bahwa perusahaan menolak segala tindakan *fraud* yang

dapat merugikan perusahaan.

Pokok pengungkapan yang sangat sedikit dilakukan oleh perusahaan adalah status kepatuhan terhadap syariah (10%) dan pokok pengungkapan praktik monopoli (7%). Perusahaan tidak banyak mengungkapkan status kepatuhan terhadap syariah dimungkinkan karena aturan syariah belum sepenuhnya diterapkan dalam konsep pengungkapan laporan tahunan di Indonesia tetapi dalam hal ini bukan berarti perusahaan tersebut tidak melakukan kepatuhan dalam prinsip Islam. Sedangkan untuk pengungkapan praktik monopoli tidak dilakukan oleh banyak perusahaan diduga karena pengungkapan tersebut bisa dikatakan sebagai pengungkapan yang dapat mempengaruhi citra perusahaan.

Kesimpulan dari hasil analisis keenam tema tersebut adalah perusahaan-perusahaan syariah di Indonesia masih kurang komprehensif dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang spesifik terhadap aspek-aspek syariah. JII merupakan panduan investasi bagi para investor yang ingin berinvestasi pada portofolio efek syariah, JII hanya menyajikan informasi mengenai daftar perusahaan-perusahaan yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan prinsip syariah tanpa memberikan informasi lebih dalam mengenai apakah kegiatan operasi dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tersebut telah sesuai dengan prinsip syariah.

Apabila mengacu pada konsep *Social Report Continuum* yang dikembangkan Dusuki⁴, maka penulis menyimpulkan bahwa implementasi ISR masuk dalam kategori *strategic* (artinya belum sepenuhnya menyentuh kategori *taqwa-centric*). Entitas bisnis dalam kategori ini sudah memenuhi tanggung jawab sosial mereka, termasuk tanggung jawab filantropi atau altruistik seperti memberikan kontribusi sukarela kepada masyarakat, memberikan waktu dan uang untuk pekerjaan baik yang mereka anggap dapat memberi manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang, melalui publisitas dan niat baik yang positif. Sehingga

⁴ Dusuki, A.W.. What Does Islam Say about Corporate Social Responsibility?. *Review of Islamic Economics*, Vol.12, No. 1 (2008), h. 20.

meningkatkan reputasi perusahaan dan akhirnya mengamankan keuntungan jangka panjangnya.

Selanjutnya terkait factor yang menyebabkan belum optimalnya pengungkapan perusahaan syariah terhadap aspek-aspek spesifik syariah dalam laporan tahunan perusahaan. Pertama, masih sempitnya pemahaman mengenai konsep tanggung jawab sosial secara syariah di kalangan perusahaan syariah di Indonesia. Kedua, konsep indeks ISR belum terlalu berkembang di Indonesia. Perkembangan indeks ISR di Indonesia masih lambat karena indeks ISR masih merupakan sesuatu yang baru dan tidak banyak diketahui oleh perusahaan-perusahaan syariah di Indonesia. Ketiga, pokok pengungkapan yang sebagian besar dipenuhi oleh perusahaan adalah pokok pengungkapan yang sifatnya memenuhi unsur kepatuhan. Kesadaran perusahaan untuk melakukan pengungkapan terkait aspek-aspek syariah secara sukarela masih sangat minim. Rendahnya skor indeks ISR pada perusahaan berbasis syariah dapat diartikan dalam dua kondisi, yakni perusahaan telah melakukan pokok-pokok tanggung jawab sosial secara syariah tetapi tidak mengungkapkannya dalam laporan perusahaan atau perusahaan memang tidak melakukan pokok-pokok tanggung jawab sosial seperti yang ada dalam indeks ISR. Pokok pengungkapan indeks ISR masih sangat sederhana dan setiap pokok pengungkapannya masih mengandung makna yang cukup luas.

D. Analisa Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bukti empiris *In slamic sosial report*: ditinjau dari aspek *corporate governance strength*, *media exposure* dan karakteristik perusahaan berbasis syariah di indonesia dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian ini berusaha menguji data dengan menggunakan pengolahan *Covariance Based SEM* (AMOS) tetapi apabila syarat pengujian parametric (*Covariance Based SEM*) tersebut tidak terpenuhi maka pengujian dalam penelitian ini akan dilanjutkan menggunakan salah satu alat uji

statistik non-parametrik (*Component Based SEM*) yaitu GeSCA (*Generalized Structured Component Analysis*).

1. Pengujian Covariance Based SEM (Pengujian Pra GeSCA)

a. Kecukupan Sampel

Jumlah perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di indeks JII periode tahun 2012-2015. Jumlah perusahaan yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini sejumlah 67 perusahaan (dinilai memenuhi kriteria). Jumlah sampel minimal bagi penelitian menggunakan alat statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) parametrik atau *Covariance Based SEM* (AMOS) mensyaratkan minimum sampel sebesar 100 sampel, sedangkan prosedur *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) sebagai metode terkecil dalam statistik parametrik yaitu, syarat pertama adalah minimal sebesar 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi, dan syarat kedua (syarat kecukupan sampel untuk metode ML) adalah 100-200 sampel.

Secara syarat kecukupan sampel tidak terpenuhi tapi dalam hal ini peneliti ingin membuktikannya secara empiris. Walaupun pada akhirnya analisis dalam penelitian akan dilakukan menggunakan statistik struktural non-parametrik yaitu menggunakan GeSCA (*Generalized Structured Component Analysis*) sebagai salah satu *software* statistik struktural non-parametrik (*Component Based SEM*).

b. Normalitas Data

Syarat yang harus dipenuhi selain kecukupan sampel dalam menggunakan analisis SEM yaitu normalitas data. Nilai statistik untuk menguji normalitas menggunakan z-value (*Critical Ratio* atau C.R pada output AMOS 16.0) dari nilai *skewness* dan *kurtosis* sebaran data. Bila nilai C.R lebih besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi

data tidak normal. Nilai kritis untuk C.R dari *skewness* dan nilai C.R *kurtosis* di bawah $\pm 2,58$. Hasil selengkapnya adalah berikut ini:

Tabel 19
Hasil Uji Normalitas

Variable	Min	Max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
LgProfit	5,367	7,589	,372	1,245	-,427	-,713
Logsize	6,785	8,390	,761	2,542	-,174	-,291
ME	1,000	2,000	-1,674	-5,593	,802	1,339
CGS	1,000	3,000	1,238	4,137	,541	,904
ISRINDEX	,488	,829	-,076	-,254	-,511	-,854
FV	1,008	21,514	3,718	12,423	13,971	23,344
Multivariate					7,471	3,121

Sumber: hasil olah peneliti

Tabel di atas terlihat hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini. Evaluasi normalitas diidentifikasi baik secara *univariate* maupun *multivariate*. Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa secara *univariate* terdapat beberapa variabel yang diamati memiliki distribusi data tidak normal (CR kurtosis maupun skewness $> \pm 2,58$). Hasil pengujian normalitas secara *multivariate* nilai CR kurtosis $> 2,58$ menunjukkan bahwa data berdistribusi tidak normal. Data tidak normal dapat mengakibatkan pembiasan interpretasi karena nilai *chi-square* hasil analisis cenderung meningkat sehingga nilai *probability level* akan mengecil dikarenakan secara *univariate* maupun *multivariate* data tidak normal sehingga pengujian *outlier* sangat perlu dilakukan. Adapun hasil pengujian *outlier* akan dibahas selanjutnya.

c. Uji Outlier

Outlier adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim yang memiliki karakteristik unik yang sangat berbeda dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk variabel tunggal maupun variabel kombinasi. Dalam analisis *multivariate* adanya *outlier* dapat diuji

dengan statistik *chi square* (χ^2) terhadap nilai *mahalanobis distance squared* pada tingkat signifikansi 0,001 dengan *degree of freedom* sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian atau secara *univariate* dapat dilihat dengan melihat nilai p1 dan p2, dengan ketentuan apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka data observasi dikatakan tidak mengalami masalah *outlier*.

Tabel 20
Hasil Uji *Outlier* (*Mahalanobis d-squared*)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
66	28,945	,000	,004
33	18,614	,005	,043
14	13,878	,031	,345
26	12,247	,057	,531
..
..

Sumber: hasil olah peneliti

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui terdapat indikasi beberapa observasi yang mengalami *outlier* karena memiliki nilai probabilitas $< 0,05$. Hasil menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terindikasi bahwa terdapat beberapa number observasi mengalami *outlier*.

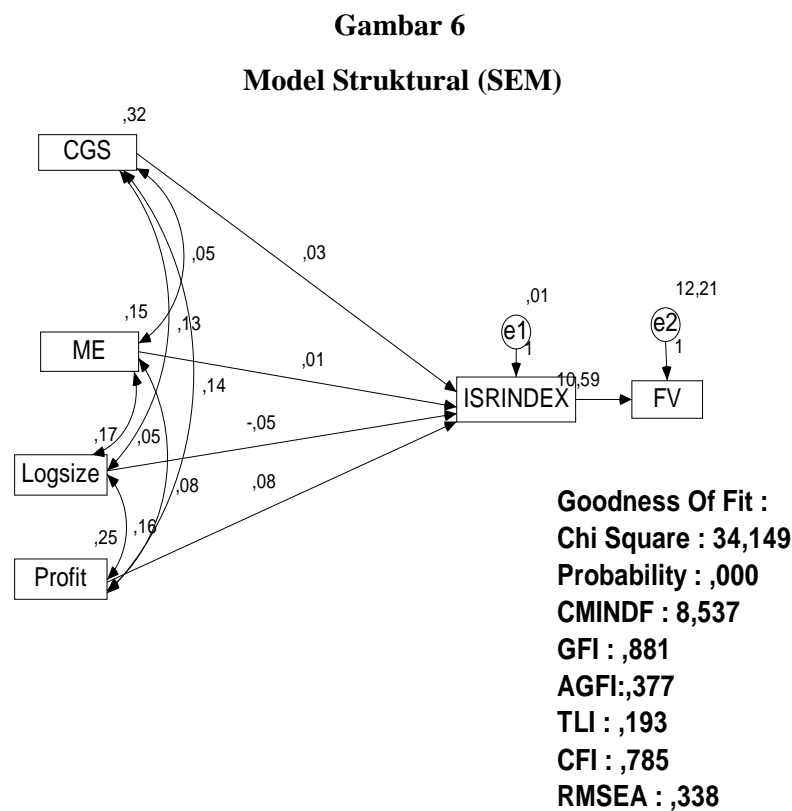
Hasil pengujian normalitas dan *outlier* pada data penelitian tidak terpenuhi, atau data terdistribusi tidak normal dan beberapa observasi yang mengalami masalah *outlier*. Hal tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian tidak dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya (hipotesis) menggunakan statistik parametrik (*Covariance Based SEM*), maka pengujian dalam penelitian ini akan dilanjutkan menggunakan salah satu alat uji statistik non-parametrik (*Component Based SEM*) yaitu GeSCA (*Generalized Structured Component Analysis*).

Untuk melengkapi keputusan penggunaan statistic non-parametrik (*Component Based SEM*), akan dilampirkan pengujian penilaian model fit (*goodness of fit*) berikut ini.

d. Penilaian Model Fit

Menilai model fit adalah sesuatu yang kompleks dan memerlukan perhatian yang besar. Suatu indeks yang menunjukkan bahwa model adalah fit tidak memberikan jaminan bahwa model memang benar-benar fit. Sebaliknya, suatu indeks fit yang menyimpulkan bahwa model adalah sangat buruk, tidak memberikan jaminan bahwa model tersebut benar-benar tidak fit. Dalam SEM, peneliti tidak boleh hanya tergantung pada satu indeks atau beberapa indeks fit, tetapi sebaiknya pertimbangan seluruh indeks fit.

Hasil pengujian *Goodness of Fit* dapat di lihat pada gambar model struktural sebagai berikut:



Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan program AMOS 16 diperoleh hasil *goodness of fit* sebagai berikut:

Tabel 21
Evaluasi Goodness-of-Fit Indices

Indeks	<i>Cut-off</i>	Hasil
Model Goodness Of Fit	Value	Model
Chi Square	Diharapkan kecil	34,149
Probabilitas Chi Square (p)	$\geq 0,05$	0,000
CMIN/DF	$\leq 2,00-3,00$	8,537
Comparative fit index (CFI)	$\geq 0,95$	0,785
Tucker-Lewis Index (TLI)	$\geq 0,95$	0,193
Root mean square error approximation (RMSEA)	$\leq 0,08$	0,338

Sumber: hasil olah peneliti

Tabel di atas menunjukkan ringkasan hasil yang diperoleh dalam kajian dan nilai yang direkomendasikan untuk mengukur fit-nya model. Seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas, sebagai syarat utama model ML (*maximum likelihood*) adalah nilai *chi-square* diharapkan kecil atau nilai probabilitas *chi-square* $> 0,05$.

Hasil pengujian asumsi SEM (normalitas dan *outlier*) serta pengujian *Goodness Of Fit* tidak terpenuhi untuk pengujian menggunakan metode statistik Parametrik (SEM Parametrik) atau data dalam penelitian tidak dapat dianalisis menggunakan aplikasi AMOS. Maka berdasarkan hasil-hasil pengujian prasyarat yang harus dipenuhi dalam pengujian statistik parametrik yang telah diuraikan di atas menunjukkan bahwa model harus dianalisis menggunakan alternatif statistik parametrik SEM (*Componen Based SEM*), yaitu menggunakan salah satu aplikasi uji statistik non-parametrik (*Component Based SEM*), dimana dalam penelitian ini menggunakan aplikasi GeSCA (*Generalized Structured Component Analysis*) yang diakses secara *online* melalui <http://www.sem-gesca.org/>.

2. Pengujian *Generalized Structured Component Analysis* (GeSCA)

Hasil pengujian *covariance based SEM* (AMOS) menunjukkan

bahwa data dalam penelitian tidak memenuhi persyaratan yang dipersyaratkan untuk pengujian tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa data dalam penelitian tidak dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis menggunakan metode statistik parametrik (aplikasi AMOS, LISREL, EQS, dan pengolahan data sejenisnya), akan tetapi harus menggunakan metode statistik SEM non-parametrik seperti: GeSCA, TEDTRAD IV, dan sebagainya

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *component based SEM* (GeSCA) merupakan metode baru dalam SEM. Metode GeSCA dapat dipakai untuk perhitungan skor dan dapat diterapkan pada sampel yang sangat kecil. GeSCA dapat diterapkan pada model struktural, baik yang dasar teorinya sudah mapan sebagai metode analisis konfirmatori atau pada model yang dasar teorinya belum mapan. Selain itu, GeSCA dapat juga digunakan pada model struktural yang mencakup variabel dengan indikator refleksif dan/atau formatif.⁵ GeSCA yang berbasis komponen dianggap memiliki parameter *recovery* yang lebih baik bila dibandingkan dengan metode SEM lainnya karena tidak didasarkan banyak asumsi, data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, sampai rasio dapat digunakan pada model yang sama), sampel juga tidak harus besar. GeSCA dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel.⁶

Imam Ghazali menyatakan bahwa *Component Based SEM* (GeSCA) hanya digunakan jika data yang kita miliki tidak dapat diselesaikan dengan *Covariance Based SEM*.⁷ Sesuai dengan proses yang

⁵ A. Y. A. Fianto, Pengaruh Nilai Islami dan Citra Merek pada Perilaku Pembelian melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Mahasiswa Universitas Swasta Islam di Jawa Timur), Disertasi, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya 2014, h. 64.

⁶ Imam Ghazali dan Karlina Aprilia, *Generalized Structured Component Analysis* (GeSCA), Model Struktural Berbasis Komponen, (Semarang: Badan Penerbit Univ. Diponegoro Semarang, 2013), h. 17.

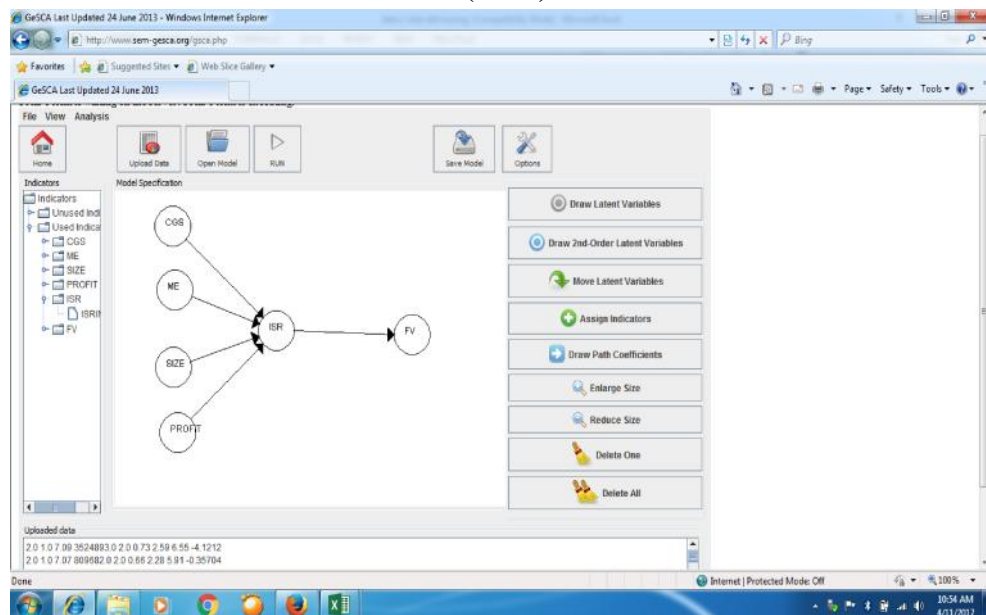
⁷*Ibid.*, ... h. 10.

telah dilakukan pada tahapan sebelumnya, maka pada penelitian ini menggunakan aplikasi *GeSCA* dalam mencari hubungan linear prediktif optimal yang ada pada data dengan menggunakan *component based SEM*.

Hasil selengkapnya pengujian menggunakan metode statistik non-parametrik GSCA (*Generalized Structured Component Analysis*), adalah sebagai berikut:

Gambar 7

Model Struktural (SEM) GeSCA



a. Pengujian *Measurement of Fit Model*

Teknik pengujian hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis dan menghasilkan suatu model yang baik. Pengujian dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program SEM-GeSCA.

Hasil nilai *Measurement-of-Fit* dari model penelitian dengan data perusahaan yang terdaftar dalam kelompok JII periode amatan 2012-2015 dapat di lihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 22
Hasil Measurement-of-Fit Model

<i>Goodness-of-fit Indices</i>	Hasil
<i>FIT</i>	0,071
<i>AFIT</i>	0,045
<i>NPAR</i>	11

Sumber: Hasil data diolah.

1. FIT dan AFIT

FIT menunjukkan varian total dari semua variabel yang dapat dijelaskan oleh model tertentu. Nilai FIT berkisar antara 0 – 1. Jadi model yang terbentuk dapat menjelaskan semua variabel yang ada sebesar 0,071. Dampak *islamic social report*: ditinjau dari aspek *corporate governance strength*, *media exposure* dan karakteristik perusahaan berbasis syariah di Indonesia dan dampaknya terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 7,1% dan sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar model. Artinya jika dilihat dari nilai FIT yang diperoleh, model yang terbentuk dapat dikatakan kurang dapat mengungkap nilai perusahaan. Semakin besar nilai FIT yang diperoleh maka model yang ada akan semakin lebih baik.

Nilai AFIT hampir sama dengan FIT. Namun, karena variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan tidak hanya satu melainkan ada dua variabel sehingga akan lebih baik apabila interpretasi tentang ketepatan model menggunakan FIT yang sudah terkoreksi dibandingkan menggunakan AFIT. Karena semakin banyak variabel yang mempengaruhi maka nilai FIT akan semakin besar karena proporsi keragaman juga akan meningkat sehingga untuk menyesuaikan dengan variabel yang ada dapat menggunakan FIT yang sudah terkoreksi. Jika dilihat dari nilai AFIT, variabel anteseden ISR hanya dapat menjelaskan nilai perusahaan dalam model adalah sebesar 4,5% dan sisanya dapat dijelaskan oleh

variabel lain diluar model. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang dapat mengungkap nilai perusahaan.

Walau nilai dari FIT maupun AFIT rendah bukan berarti penelitian ini tidak dapat dilanjutkan, karena pada dasarnya nilai *goodness of fit* dalam *component based SEM* adalah SEM berbasis *variance* dan bersifat parsial yang digunakan untuk prediksi sehingga *goodness of fit* bukan merupakan parameter yang diukur dalam *component based SEM* tetapi menggunakan koefisien determinasi (R^2).⁸

2. NPAR

Nilai NPAR atau *number of free parameter estimated* pada tabel diatas menunjukkan berapa banyak parameter bebas yang digunakan dalam perhitungan menggunakan *tools* GeSCA, yaitu sebanyak 11 parameter.

b. Path Coefficients (Pengujian Hipotesis)

Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel serta gambar model sebagai berikut:

Tabel 23
Hasil Analisis Model

Path Coefficients				Kesimpulan
Hubungan antar Variabel	Estimate	SE	CR	
CGS->ISR	0.274	0.122	2.25*	Accepted
ME->ISR	0.114	0.125	0.91	Rejected
SIZE->ISR	-0.387	0.183	2.11*	Accepted
PROFIT->ISR	0.621	0.164	3.79*	Accepted
ISR->FV	0.268	0.111	2.42*	Accepted

CR* = significant at .05 level

⁸ Jogiyanto dan Abdillah, W. Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. (Yogyakarta: BPFE, 2009), h. 151

Dari hasil analisis pengolahan GeSCA diatas dapat diperoleh beberapa hasil yaitu:

- 1) Pengaruh CGS terhadap ISR sebesar 0,274 dengan nilai kritis (*critical value*) atau nilai t-statistik sebesar 2,25 dan signifikan pada tingkat 0,05 (5%)
- 2) Pengaruh *Media Exposure* terhadap ISR sebesar 0,114 dengan nilai kritis (*critical value*) atau nilai t-statistik sebesar 0,91 dan tidak signifikan pada tingkat 0,05 (5%).
- 3) Pengaruh *Size* (ukuran perusahaan) terhadap ISR sebesar (-) 0,837 dengan nilai kritis (*critical value*) atau nilai t-statistik sebesar 2,11 dan signifikan pada tingkat 0,05 (5%).
- 4) Pengaruh Profitabilitas terhadap ISR sebesar 0,621 dengan nilai kritis (*critical value*) atau nilai t-statistik sebesar 3,79 dan signifikan pada tingkat 0,05 (5%).
- 5) Pengaruh *ISR* terhadap Nilai Perusahaan sebesar 0,268 dengan nilai kritis (*critical value*) atau nilai t-statistik sebesar 2,42 dan signifikan pada tingkat 0,05 (5%).
- 6) ISR memediasi hubungan antara *corporate governance strength*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Hal ini didasarkan atas hubungan variabel bebas (*corporate governance strength*, ukuran perusahaan dan profitabilitas) memiliki efek yang signifikan pada variabel mediasi (*islamic social report*) dan variabel mediasi (*islamic social report*) juga memiliki efek signifikan pada variabel terikatnya (nilai perusahaan atau *firm value*).⁹

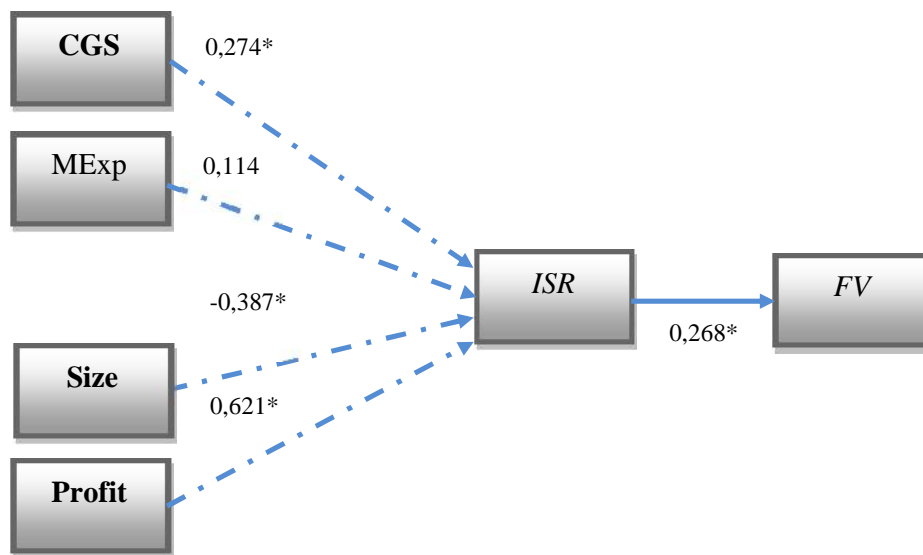
⁹Pengambilan keputusan hubungan mediasi (analisis intervening) didasarkan atas pernyataan Hair et. al (2006: 867) dalam bukunya *Multivariate Data Analysis*. Selain itu juga diperkuat kutipan berikut "A variable may be considered a mediator to the extent to which it carries the influence of a given independent variable (IV) to a given dependent variable (DV). Generally speaking, mediation can be said to occur when (1) the IV significantly affects the mediator, (2) the IV significantly affects the DV in the absence of the mediator, (3) the mediator has a significant unique effect on the DV, and (4) the effect of the IV on the DV shrinks upon the addition of the mediator to the model". K. J. Preacher and A. F. Hayes. [Asymptotic and resampling strategies for](#)

Sedangkan ISR tidak berhasil memediasi hubungan antara *media exposure* dengan nilai perusahaan (*firm value*) karena tidak terpenuhinya prasyarat sebagai mediasi.

Hasil koefisien jalur (*regression weight*) pada tabel 23, menunjukkan hasil dari model penelitian yang dilakukan pada penelitian ini disertai dengan nilai koefisiennya:

Gambar 8

Model Hasil Penelitian Full Model



Dimana dari pengolahan data menggunakan GeSCA pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan menggunakan Rumus Persamaan Struktural sebagai berikut

$$1 = 0,274 \text{ }_1 + 0,114 \text{ }_2 - 0,387 \text{ }_3 + 0,621 \text{ }_4 + 1 \dots\dots\dots$$

$$2 = 0,268 \text{ }_1 + 2 \dots\dots\dots$$

Di mana:

- 1 (Ksi) : CGS sebagai variabel eksogen (bebas) pertama
 2 : Media Exposure sebagai variabel eksogen (bebas) kedua

- 3 : Size sebagai variabel eksogen (bebas) ketiga
- 4 : Profit sebagai variabel eksogen (bebas) keempat
- 1 (Eta) : ISR sebagai variabel endogen (terikat) pertama atau mediasi
- 2 : Nilai Perusahaan (*firm value*) sebagai variabel endogen (terikat) murni atau variabel terikat kedua
- 1,...4 : hubungan langsung variabel eksogen dengan endogen
- 1 : hubungan langsung variabel endogen dengan endogen
- 1,2 (Zeta) : *Measurement error* persamaan struktural.

Selanjutnya untuk hasil analisa *R square* secara rinci tercermin dari tabel di bawah ini;

Tabel 24
Nilai *R Square*

<i>R square of Variable</i>	
ME	0
SIZE	0
PROFIT	0
ISR	0.354
FV	0.072
CGS	0

Koefisien determinasi dari ISR adalah 0,354 yang berarti ISR dapat dijelaskan oleh CGS, *Media Exposure*, *Size*, dan *Profitabilitas* sebesar 35,4%. Sedangkan variabilitas variabel Nilai Perusahaan (*Firm Value*) dapat dijelaskan oleh variabel ISR sebesar 7,2%.

3. Pembahasan Hipotesis

a. Pengaruh *Corporate Governance Strength* (CGS) terhadap ISR

Temuan penelitian menunjukkan bahwa CGS mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ISR, hal tersebut dapat

dilihat pada hasil perolehan nilai *estimate* sebesar 0,274 dengan nilai *t-value* sebesar $2,25 > 1,96$ (level signifikansi 5%). Ini membuktikan bahwa hipotesis (0) ditolak, dan hipotesis alternatif (1) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi CGS tentu dapat mempengaruhi peningkatan pengungkapan ISR pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di JII. Mekanisme tata kelola CG dan syariah lebih mungkin terkait dengan tingkat yang lebih tinggi dari pengungkapan ISR walaupun sebenarnya pengungkapan tersebut merupakan *voluntary disclosure*.

Hasil penelitian menegaskan bahwa kombinasi dari ukuran dewan, ukuran AC dan pemisahan fungsi jabatan merupakan ‘pelengkap’ daripada peran ‘substitusi’ dalam memberikan pengawasan yang efektif. Pengukuran dengan mengadopsi lebih dari satu mekanisme CG bisa memperkuat CG perusahaan dengan melakukan “*monitoring intensif*”, sementara pada saat yang sama mengurangi *managerial opportunism and information asymmetry*.

Dewan komisaris dikatakan dapat mempengaruhi kualitas *monitoring* dewan direksi. Dewan bertindak sebagai mekanisme *monitoring* penting dalam kontrol perusahaan. Dewan yang lebih besar mencakup perwakilan lebih banyak dan dengan demikian memberikan semakin banyak dan luasnya pengalaman, keahlian, keterampilan khusus dari para pemangku kepentingan dengan latar belakang yang berbeda.¹⁰

Selanjutnya ukuran komite audit (*Audit Committee Size / ACs*) besar lebih berkomitmen dan bertanggung jawab untuk melihat bahwa proses akuntansi yang berkualitas dan ACs

¹⁰R. S. Chaganti, V. Mahajan, and S. Sharma, Corporate Board Size, Composition And Corporate Failures In Retailing Industry. *Journal of Management Studies*, 22, 1985, h. 407. Selain itu pernyataan yang relevan juga disampaikan oleh A. Klein. Audit committee, board of director characteristics, and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3) 2002, h. 386.

merupakan karakteristik penting dalam menentukan proses pelaporan keuangan. Dengan demikian, semakin besar ACs, maka semakin besar juga tanggung jawab yang dapat didelegasikan dengan tingkat transparansi, sehingga memberikan pemantauan lebih kuat.¹¹

Pemisahan jabatan komisaris dan CEO juga dianggap sebagai bagian dari karakteristik dewan yang independen.¹² Karakteristik mendasar dewan direksi adalah pemisahan peran *chief executive officer* (CEO) dan presiden komisaris. Jika CEO dan komisaris adalah orang yang sama, kekuatan manajemen terletak di tangan satu orang. Maka risiko atas pemenuhan kepentingan pribadi sendiri lebih kuat dan berdasar hasil pada penelitian ini risiko ini dapat diminimalisir.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Indrawaty dan Wardayati (2016) yang menyatakan bahwa penentu *islamic corporate governance* adalah keberadaan, ukuran dan komposisi *board* (dewan pengawas, dewan komisaris, dan komite audit). Efektivitas pelaksanaan *islamic corporate governance* tercermin dalam kegiatan *islamic social report*.

Selain itu penelitian yang dilakukan Wan Abdullah *et al.* (2014) yang meneliti praktik CG *disclosure* pada *Islamic Banks* pada negara-negara asia tenggara dan *the Gulf Cooperation Council region* juga konsisten dengan hasil penelitian ini, dimana *Corporate Governance Strength CG* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terkait dengan pengungkapan CG. Hal ini juga konsisten dengan banyak studi tentang *board size* (Adawi dan Rwegasira,;.

¹¹R. C. Anderson, S. A. Mansi, S. A., and D. M. Reeb., Board Characteristics, Accounting Report Integrity, And The Cost Of Debt. *Journal of Accounting and Economics*, 37(3), 2004, h. 324.

¹²J. A. Brickley, J. L. Coles, and G. Jarrell, Leadership structure: separating the CEO and chairman of the board. *Journal of Corporate Finance*, 3(3), 1997, h. 203.

Anderson *et al.*,)¹³, *audit committee size* (Zaluki dan Wan Hussin; Anderson *et al.*,)¹⁴ dan *CEO duality* (Beasley *et al.*,; Benamar dan Boujenoui; Carcello dan Nagy).¹⁵

b. Pengaruh *Media Exposure (ME)* dengan ISR

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan hasil pengujian struktural bahwa ME terhadap ISR tidak memiliki pengaruh signifikan. Nilai *estimate* sebesar 0,114 dengan nilai t-value (CR) sebesar $0,91 < 1,96$ (level signifikansi 5%), maka dapat disimpulkan bahwa ME tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap ISR. Ini membuktikan bahwa hipotesis (0) tidak dapat ditolak (diterima) dan hipotesis alternatif (2) tidak diterima (ditolak).

Saat ini begitu banyak perusahaan yang memanfaatkan media internet untuk mempublikasikan kegiatan sosialnya yang telah dilakukan perusahaan. Namun dari hasil riset ini membuktikan bahwa perusahaan-perusahaan JII yang menjadi sampel dalam penelitian ini belum sepenuhnya mengoptimalkan media tersebut dan cenderung tidak secara berkesinambungan dalam memaparkan *social report* yang berlandaskan *content-content* syar'i atau islami.

Pengkomunikasian ISR melalui media (website dan lainnya) sebenarnya mempermudah masyarakat untuk melihat kegiatan-

¹³(1) M Adawi, and K. Rwegasira. Corporate boards and voluntary implementation of best disclosure practices in emerging markets: evidence from the UAE listed companies in the Middle East. *International Journal of Disclosure & Governance*, 8(3), 2011, h. 290 dan (2) Anderson *et al.*, ... h. 337.

¹⁴(1) Zaluki, N. A. A. , and Wan Hussin, W. N. Corporate Boards, Audit Committees and Quality of Financial Disclosure in IPOs. *SSRN eLibrary*. 2009 dan (2) Anderson *et al.*,... h. 337.

¹⁵M. S. Beasley, J. V. Carcello and D. R. Hermanson, *Fraudulent financial reporting: 1987-1997: an analysis of U.S. public companies*: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. 1999, (2) Ben-Amar, W., and Boujenoui, A. *Factors explaining corporate governance disclosure quality: Canadian evidence*. Paper presented at the Illinois International Accounting Symposium. 2007, dan (3) J. V., Carcello, and A.L. Nagy,. Client size, auditor specialization and fraudulent financial reporting. *Managerial Auditing Journal*, 19(5) 2004, h. 666.

kegiatan yang telah dilakukan perusahaan dan jika masyarakat menilai bahwa kegiatan ini bernilai positif, maka hal ini dapat mengangkat citra perusahaan dimata masyarakat.¹⁶ Namun hal ini belum sepenuhnya dioptimalkan oleh para perusahaan-perusahaan JII. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul “*Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your and Your Case* (2005)”. Kotler berpendapat, “*Jika anda melakukan sesuatu, tetapi tidak menceritakannya kepada orang lain, bisa jadi mereka akan beranggapan bahwa anda tidak melakukan apa-apa*”.¹⁷ Ternyata hasil dari penelitian cukup selaras dengan pernyataan Philip Kotler dimana efek *media exposure* kurang berpengaruh terhadap *islamic social report. Stakeholder* pada dasarnya lebih menginginkan fakta-fakta ISR yang dalam tersampaikan melalui media-media yang dapat diakses oleh *users*.

Maignan dan Ferrell juga merekomendasikan bahwa *social report* (dimana dalam hal ini yang berlandaskan syariah) harus diresapi dalam komunikasi perusahaan. Menurutnya apapun media yang digunakan, perusahaan tidak dapat berharap banyak dari manfaatnya, kecuali perusahaan cerdas dalam mengkomunikasikan pada pemangku kepentingan yang relevan.¹⁸ Mengkomunikasikan aktivitas sosial perusahaan (berbasis islami) tentunya merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan pada *stakeholders* untuk menyampaikan ide, saran yang membangun, bahkan bentuk kritik, serta respon yang adaptif yang didasari oleh prinsip-prinsip syariah.

¹⁶ Anggreni, Ni Luh Putu Mila dan Budiasih, I Gusti Ayu Nyoman. Peran *Media Exposure* Bagi Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* Vol. 21, No. 1, Februari 2016. . h. 63.

¹⁷ Philip Kotler dan Nancy Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good forYour Company Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc., 2005.

¹⁸ I. Maignan, and Ferrell, O. C. (2004). Corporate *social* responsibility and marketing: an integrative framework. *The Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1). 2004, h. 17.

Umumnya pengungkapan ISR dapat menjadi satu alasan bagi investor untuk berinvestasi, khususnya bagi mereka yang mengedepankan saham berbasis syariah. Ini disebabkan karena saat perusahaan mengungkapkan ISR, secara langsung perusahaan telah menginformasikan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan kepada lingkungan dan masyarakat. Namun faktanya hasil berbeda didapatkan dari penelitian ini. Hal ini dimungkinkan karena sebagian besar perusahaan yang menyampaikan kegiatan ISR dalam *website* (media) perusahaan, tidak melaporkan kegiatannya secara berkelanjutan. Jika di dalam *annual report* kita dapat melihat kegiatan ISR yang dilakukan perusahaan setiap tahunnya, hal ini sulit ditemukan jika kita ingin melihat kegiatan sosial perusahaan berbasis syariah setiap tahunnya didalam *website* (media) perusahaan. Oleh karena informasi yang disajikan mengenai kegiatan ISR didalam *website* perusahaan sangat terbatas, maka pengungkapan CSR melalui *website* perusahaan dianggap biasa saja oleh investor.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Reverte tahun 2008 yang dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa *media exposure* tidak berpengaruh pengungkapan (*corporate*) *social report*.¹⁹ Serta penelitian Anggraeni dan Budiasih tahun 2016 yang menyatakan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar modal di Indonesia.²⁰

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap ISR

Temuan ketiga dalam penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap ISR secara negatif dan signifikan, hasil tersebut dapat dilihat pada hasil

¹⁹ C. Reverte, Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*. Volume 88, Issue 2, 2008, h. 351.

²⁰ Ni Luh Putu Mila Anggreni dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih, Peran *Media Exposure* Bagi Pasar Modal Indonesia, *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 21, No. 1, Februari 2016, h. 60.

perolehan nilai *estimate* sebesar -0,387 dengan nilai *t-value* sebesar 2,11 > 1,96 (level signifikansi 5%). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (0) tidak dapat diterima (ditolak) dan hipotesis alternatif (3) tidak ditolak (diterima). Peneliti menduga awalnya ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap ISR tetapi pada kenyataan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh sebaliknya terhadap ISR.

Pada umumnya semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak. Tetapi pada hasil temuan penelitian ini lebih menunjukkan bahwa perusahaan kecil ternyata lebih peduli dalam mengungkapkan *Islamic social report*. Hal ini mungkin dilakukan agar banyak investor yang melirik perusahaan-perusahaan kecil tersebut untuk menopang penguatan modal perusahaan tersebut.

Secara global, perekonomian syariah memang sudah menunjukkan kelebihanannya bila dibandingkan dengan konvensional. Hal ini dapat kita lihat pada emiten-emiten yang tergabung dalam JII di BEI. Dimana pelaku pasar di BEI memiliki respon yang cukup positif terhadap indeks JII. Salah satu faktor penting yang dijadikan pertimbangan oleh para investor adalah aspek fundamental saham JII dinilai sangat baik dan konsisten pertumbuhannya. Sekalipun terkena imbas krisis ekonomi global, sejauh ini perusahaan-perusahaan yang tergabung di JII relatif menunjukkan kinerja yang memuaskan. Sedangkan perusahaan besar berdasar temuan ini tidak begitu menaruh perhatian pada pengungkapan ISR tanpa mengurangi kualitas dari pengungkapan pada laporan tahunan mereka dengan tetap mengungkapkan pengungkapan sosial perusahaan berbasis konvensional. Hal ini mungkin dikarenakan besarnya *assets* yang mereka miliki sehingga

perusahaan-perusahaan tersebut tidak begitu berfokus pada penambahan investor yang memprioritaskan basis syariah.

Menurut Cecep Maskanul Hakim²¹, perusahaan yang lebih kecil cenderung lebih transparan dalam pelaporan dana sosial, hal ini diantaranya menarik ketertarikan minat para investor dan aspek *transparency*. Topik tersebut pernah didiskusikan dalam Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) bahwa perusahaan besar memang cenderung lebih mengabaikan "eksternalitas" yang akhirnya terjawab dengan adanya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Tetapi disatu sisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan tidak dimasukkan dalam kriteria penilaian oleh Bapepam sehingga dianggap sebagai *moral obligation* saja.²²

Keengganan perusahaan yang lebih besar untuk lebih transparan terkait dana sosial bisa jadi disebabkan karena kekhawatiran terungkapnya ketidakakuran dalam perhitungan biaya dan keuntungan yang mengakibatkan perhitungan kembali pajak yang harus dibayarkan.²³

Temuan penelitian yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi secara negatif dan signifikan terhadap ISR ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne²⁴, Ebiringa, Yadirichukwu, Chigbuand Ogochukwu²⁵,

²¹ Cecep Maskanul Hakim M. Ec. merupakan Peneliti Senior Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, dimana sebelumnya menjabat sebagai Pengawas Bank Senior Departemen Bank Syari'ah OJK. Lulusan *Master of Economics, International Islamic University Malaysia*.

²² Pernyataan ilmiah tersebut disadur dari diskusi yang dilakukan dengan seorang pakar peneliti ekonomi dan keuangan syariah: Cecep Maskanul Hakim M. Ec (Peneliti Senior BI, Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah BI), pada hari Rabu tanggal 24 Mei 2017, pukul 12.40.

²³ *Ibid.*

²⁴ D. Hackston and M.J. Milne, Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol 9, No 1, 1996, h.77.

²⁵ O. T. Ebiringa, Emeh Yadirichukwu, E. E. Chigbuand Obi Joseph Ogochukwu Effect of Firm Size and Profitability on Corporate Sosial Disclosures: The Nigerian Oil and Gas sector in Focus. *British Journal of Economics, Management & Trade* 3(4): 2013, h. 563.

Nawaiseh, Also Boa dan El-shohnah²⁶, Dibia dan Onwuchekwa²⁷, serta penelitian Gherghina²⁸. Hasil analisis ini berbeda dengan riset-riset terdahulu karena perbedaan metode sampling dan analitis yang digunakan dalam penelitian.²⁹

d. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap ISR

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profit dapat mempengaruhi ISR secara positif dan signifikan, hasil tersebut dapat dilihat pada hasil perolehan nilai *estimate* sebesar 0,621 dengan nilai t-value sebesar $3,79 > 1,96$ (level signifikansi 5%), dimana semakin tinggi profit maka akan mempengaruhi peningkatan ISR. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (0) tidak dapat diterima (ditolak) dan hipotesis alternatif (4) tidak ditolak (diterima). Profit merupakan variabel yang cukup berpengaruh terhadap peningkatan pengungkapan ISR.

Profitabilitas yang tinggi memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada prinsipal mengenai program tanggung jawab sosial secara luas. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas/laba yang tinggi maka perusahaan akan lebih leluasa untuk memilih bentuk pengungkapan ISR.

Hasil penelitian ini menegaskan, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi timbulnya biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Tingkat

²⁶ Mohammad Ebrahim Nawaiseh, Soliman .S. Also boa and Rezk Abou Zaid Youssef El-shohnah, Influence of Firm Size and Profitability on Corporate *Sosial* Responsibility Disclosures by Banking Firms (CSR): Evidence from Jordan. *Journal of Applied Finance & Banking*, vol. 5, no. 6, 2015, h. 97

²⁷ Ndukwe O. Dibia and John Chika Onwuchekwa, Determinants of Environmental Disclosures in Nigeria: A Case Study of Oil and Gas Companies. *International Journal of Finance and Accounting* 2015, 4(3): 145

²⁸ . C. Gherghina, G. Vintil and D. Dobrescu. An empirical research on the relationship between corporate social responsibility ratings and US listed companies' value. *Journal of Economics Studies and Research*, Vol. 2015, h. 10.

²⁹ D. Hackston and M. J. Milne, Some Determinants of Social ... h. 92.

profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangan dengan lebih luas.

Bila ditinjau dari teori *stakeholders*, hasil penelitian ini memperkuat bukti bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholders* nya.³⁰ Semakin *powerful stakeholders*, maka semakin besar pula usaha perusahaan untuk beradaptasi.³¹ Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa tingginya profitabilitas perusahaan maka perusahaan akan lebih luas dalam mengungkapkan informasi termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial secara islami.

Berdasarkan perspektif Islam, sebuah perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh terlepas apakah itu membuat keuntungan atau sebaliknya.³² Selain itu juga sesuai dengan *signalling hypothesis* yang menyatakan bahwa perusahaan yang unggul dan mempunyai laba yang baik akan mengungkapkan informasi lebih rinci, termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya.³³

³⁰ Tria Karina Putri dan Etna Nur Afri Yuyetta, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. .. h. 7.

³¹ Kouhy Gray dan Adams, 1994 dalam Anis Chariri.. “Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan”. *Jurnal Maksi*, Vol. 8, 2 Agustus 2008, h. 159

³² Ross Haniffa, “*Sosial Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*”, *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), 2002, h.129.

³³ Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi dan Eko Ganis Sukoharsono. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Desember 2008, Vol. 5, No. 2, h.. 252.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman³⁴, Sari³⁵ dan Othman.³⁶

e. Pengaruh ISR dengan Nilai Perusahaan (*Firm Value*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ISR dapat mempunyai pengaruh positif yang signifikan nilai perusahaan secara, hasil tersebut dapat dilihat pada hasil perolehan nilai *estimate* sebesar 0,252 dengan nilai *t-value* sebesar 2,52 > 1,96 (level signifikansi 5%). Berdasarkan hasil analisis tersebut hipotesis (0) tidak dapat diterima (ditolak) dan hipotesis alternatif (5) tidak ditolak (diterima). Semakin tinggi pengungkapan ISR maka akan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ISR merupakan salah satu variabel penting dalam menentukan peningkatan *firm value*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan ISR yang dilakukan oleh perusahaan JII (sampel penelitian) telah berupaya menerapkan *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*. Kaitannya dengan teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya, sementara pada *legitimacy theory* perusahaan dikatakan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*. Dengan demikian, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan

³⁴ Monita Sandra Rahman, *Antecedents Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. 2012, h. 54.

³⁵ Rizkia Anggita Sari, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Nominal* / Volume I Nomor I / Tahun 2012. h. 32.

³⁶ Othman, Rohana., Thani, A. Md., and E.K. Ghani.. "Determinants of Islamic *Social Reporting* Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia", *Research Journal of International Studies*, Vol. 12, 2009, h. 4.

perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya.

Temuan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Umbara dan Suryanawa³⁷, Ibrahim, Solikahan dan Widyatama³⁸, dan I G A N Bayu Darma Putra Made Gede Wirakusuma.³⁹ Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad, Sulaiman dan Siswantoro tahun 2003 di Malaysia juga menemukan bukti bahwa pengungkapan sosial perusahaan mencerminkan usaha-usaha perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan agar dapat dilihat sebagai perusahaan yang bertanggung jawab.⁴⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Hill, Ainscough Shank dan Manullang juga menemukan fakta bahwa dalam jangka panjang, perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR mengalami kenaikan harga saham yang sangat signifikan dibandingkan dengan berbagai perusahaan yang tidak melakukan praktik tanggung jawab sosial.⁴¹

f. ISR memediasi hubungan antara *Corporate Governance Strength*, *Media Exposure*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

ISR terbukti memediasi hubungan antara *corporate governance strength*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap

³⁷ Dewa Made Bagus Umbara, dan I Ketut Suryanawa, Pengaruh pengungkapan tanggung jawab Sosial pada nilai perusahaan, *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.2, 2014, h. 410.

³⁸ Melinda Ibrahim, Eka Zahra Solikahan dan Arif Widyatama. karakteristik perusahaan, luas pengungkapan *corporate sosial responsibility*, dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)* Volume 6, Nomor 1, 2015, h. 99.

³⁹ I G A N Bayu Darma Putra Made Gede Wirakusuma. Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.13.No.2 Nov. 2015, h.464.

⁴⁰ Nik Nazli Nik Ahmad, M Sulaiman, and D Siswantoro. 2003. Corporate Sosial Responsibility Disclosure in Malaysia: An Analysis of Annual Reports of KLSE Listed Companies. *IJUM Journal of Economics and Management*. 11, No. 1, h. 51.

⁴¹ Ronald Paul Hill, Thomas Ainscough, Todd Shank, and Daryl Manullang, Corporate Sosial Responsibility and Sosially Responsible Investing: A Global Perspective . *Journal of Business Ethics* (2007) 70, h. 165.

nilai perusahaan (*firm value*). Hal ini didasarkan atas hubungan variabel bebas (*corporate governance strength*, ukuran perusahaan dan profitabilitas) memiliki efek yang signifikan pada variabel mediasi (*islamic social report*) dan variabel mediasi (*islamic social report*) juga memiliki efek signifikan pada variabel terikatnya (nilai perusahaan atau *firm value*).⁴² Sedangkan ISR tidak berhasil memediasi hubungan antara *media exposure* dengan nilai perusahaan (*firm value*) karena tidak terpenuhinya prasyarat sebagai mediasi.

Hasil analisis tersebut menegaskan bahwa pelaksanaan *corporate governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Perusahaan yang terbukti telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas ISR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. *Corporate governance* menyangkut tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan terutama atas kegiatan ekonomi dan segala dampaknya, sedangkan ISR adalah kegiatan yang diselenggarakan perusahaan untuk menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat di luar kegiatan utama perusahaan. Kedua kegiatan tersebut sama-sama bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham namun tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.⁴³ Hal tersebut setidaknya telah terlaksana dengan baik.

⁴² kesimpulan hubungan mediasi (analisis intervening) didasarkan atas pernyataan Hair et. al (2006: 867), J. F Hair W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson and R.L. Tatham, *Multivariate Data Analysis*, 6 Ed., New Jersey: Prentice Hall, 2006, h. 867.

⁴³ Moh. Wahyudin Zarkasyi *Good Corporate Governance : pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta. 2008. h. 89.

Selanjutnya ditinjau dari aspek *media exposure*, ISR terbukti tidak dapat memediasi hubungan antara *media exposure* dengan nilai perusahaan (*firm value*). Sebenarnya fungsi komunikasi menjadi sangat penting dalam manajemen pengungkapan aktivitas perusahaan utamanya aktivitas sosial perusahaan. Pengkomunikasian melalui media inilah yang akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Tetapi pada pelaksanaan belum dilakukan secara optimal oleh perusahaan-perusahaan yang tergabung di JII. Komunikasi tanggung jawab sosial berbasis *Islamic* melalui media masih digunakan sebagai pelengkap komunikasi saja dan belum dilaporkan secara konsisten atau berkesinambungan, sehingga efektifitas media belum seluruhnya potensi dimanfaatkan oleh perusahaan. Padahal media memungkinkan dialog secara langsung antar pihak perusahaan dengan para *stakeholder*.

Media berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan menyusunnya untuk menggambarkan nilai dari suatu perusahaan. Pemanfaatan media oleh perusahaan menunjukkan peningkatan reputasi perusahaan dari *stakeholder*.⁴⁴ Pengungkapakan ISR di media *website* maupun media lainnya dianggap dapat menyampaikan informasi secara efektif dan efisien. Sayangnya potensi inilah yang belum dioptimalkan sepenuhnya oleh perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam JII untuk memaparkan aktivitas sosial berbasis syariah di media.

Selanjutnya untuk hubungan mediasi ukuran perusahaan, ISR terbukti dapat memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan (*firm value*). Ukuran Perusahaan memiliki dampak terhadap tekanan dan tanggungjawabnya terhadap

⁴⁴ Ngabey Ryvandhi Ikko Wahyutama, Wahyutama. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Media Exposure Terhadap Corporate *Sosial* Responsibility Disclosure. A.I. M. 2016 *UNEJ*, 2016. h. 7.

stakeholders. Ketika perusahaan tersebut melaksanakan ISR sebagai bentuk tanggungjawab sosialnya maka keberlangsungan perusahaan dapat terjaga dan investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi. Pada sisi lain kemampuan perusahaan dalam memberikan harapan yang tinggi terhadap nilai (hasil) di masa datang menyebabkan perusahaan tersebut akan dinilai tinggi oleh masyarakat.⁴⁵

Sedangkan ditinjau dari hubungan profitabilitas, ISR dengan nilai perusahaan terbukti ISR dapat memediasi hubungan diantara keduanya. Dimana perusahaan yang besar cenderung lebih besar juga pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini disebabkan masyarakat saat ini cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan sekitar karena dengan mendukung perusahaan tersebut secara tidak langsung masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam memelihara lingkungan sekitar.⁴⁶

Selain itu, perusahaan yang peduli terhadap *islamic social report* dianggap lebih memperhatikan prospek perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor.⁴⁷ Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (profit), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

⁴⁵ I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana, dan I Ketut Mustanda, Pengaruh profitabilitas dan *size* terhadap nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, 2016, h. 570.

⁴⁶ Meri Susanti dan Eko Budi Santoso. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate *Sosial* Responsibility Sebagai Variabel Moederasi. *Kajian Akuntansi*. 6(2), 2011, h.127.

⁴⁷I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana, dan I Ketut Mustanda, ...h. 571.

ISR meningkatkan nilai perusahaan saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan harapan yang tinggi terhadap nilai (hasil) di masa datang menyebabkan perusahaan tersebut akan dinilai tinggi oleh masyarakat. ISR diharapkan dapat mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dalam penelitian ini cukup memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini disebabkan masyarakat saat ini cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan sekitar karena dengan mendukung perusahaan tersebut secara tidak langsung masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam memelihara lingkungan sekitar.

4. Analisis Tambahan berdasar Jenis Industri Perusahaan (*Multiple Group: Type Industry*)

Analisis ini mencoba melihat signifikansi besaran *regression weight* model didasarkan pada *multiple group type industry*. Dimana dari perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini terdapat 19 perusahaan dengan tipe *low profile industry*, dan 48 perusahaan dengan tipe *high profile industry*. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel serta gambar model sebagai berikut:

Tabel 25
Structural Model

Path Coefficients				Kesimpulan
Group 1 (<i>Low Profile Industry</i>)				
	Estimate	SE	CR	
CGS->ISR	0.325	0.355	0.92	<i>Rejected</i>
ME->ISR	-0.093	0.257	0.36	<i>Rejected</i>
SIZE->ISR	-0.274	0.459	0.6	<i>Rejected</i>
PROFIT->ISR	0.373	0.398	0.94	<i>Rejected</i>

ISR->FV	0.195	0.275	0.71	<i>Rejected</i>
Group 2 (Low Profile Industry)				
	1.29	SE	CR	<i>Rejected</i>
CGS->ISR	0.200	0.124	1.61	<i>Rejected</i>
ME->ISR	0.158	0.122	1.29	<i>Rejected</i>
SIZE->ISR	-0.288	0.174	1.66	<i>Rejected</i>
PROFIT->ISR	0.661	0.178	3.72*	<i>Accepted</i>
ISR->FV	0.294	0.104	2.82*	<i>Accepted</i>

CR* = significant at .05 level

Sumber: hasil olah peneliti

Berdasarkan hasil analisis tambahan *multiple group* jenis industri perusahaan menunjukkan hasil pengujian struktural bahwa *corporate governance strength*, *media exposure*, ukuran perusahaan (*size*) dan Profit tidak dapat mempengaruhi secara langsung pada ISR kelompok perusahaan *low profile*, hal tersebut dapat dilihat pada perolehan nilai CR < 1,96 atau nilai probabilitas > 0,05. Temuan penelitian juga menunjukkan hubungan CGS dan ISR terhadap FV pada kelompok perusahaan *low profile* tidak berpengaruh langsung secara signifikan. Disimpulkan berarti untuk kelompok *type industry low profile* tidak ada pengaruh dari variabel bebas, mediator (*interviening*) dan variabel terikatnya endogen.

Sedangkan pada kelompok *type industry high profile* berdasarkan temuan penelitian menunjukkan hasil pengujian struktural bahwa hanya profit yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ISR dengan nilai estimate sebesar 0,460 dengan nilai *t-value* sebesar 2,06 > 1,96 (level signifikansi 5%). Begitu juga hasil ISR terhadap *firm value* yang juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai estimate sebesar 0,271 dengan nilai *t-value* sebesar 2,18 > 1,96 (level signifikansi 5%), dimana semakin tinggi ISR maka akan mempengaruhi peningkatan FV.

Hal ini menunjukkan bahwa pada *type industry high profile* Profitabilitas dan ISR merupakan salah satu variabel penting dalam menentukan peningkatan FV pada kelompok perusahaan *high profile* yang terdapat di JII. Terakit dengan hubungan moderasi, ISR hanya dapat

memediasi hubungan profit pada FV, sedangkan pada hubungan antar variabel bebas lainnya terhadap FV pada kelompok *high profile* tidak dapat memediasi.

BAB V

PENUTUP

Pada bagian penutup ini menyajikan beberapa *section* meliputi kesimpulan, keterbatasan, saran dan implikasi. Selain itu dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi dan menentukan pengungkapan indeks ISR berdasar atas peraturan-peraturan yang terkait dan penelitian terdahulu yang relevan. Indeks ini disusun dan disesuaikan dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku di Indonesia. Pendekatan ini belum banyak ditemukan pada berbagai penelitian sebelumnya di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pengukuran variabel mengenai pengungkapan sosial. Pada akhirnya beberapa hasil yang tersaji beserta pemaparan teoritis yang telah diuraikan menjadi bagian penting untuk menghasilkan sebuah karya yang orisinal.

A. Kesimpulan

Kesimpulan disusun dalam pernyataan singkat berdasarkan hasil penelitian yang merupakan orisinalitas penelitian beserta pembahasannya. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Penelitian ini membuktikan bahwa *corporate governance strength* (CGS) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *islamic social reporting* (ISR), dengan demikian efektivitas pelaksanaan *islamic corporate governance* tercermin dan tercapai dalam pengungkapan *islamic social reporting*. Penentu *islamic corporate governance* diantaranya dengan adanya *corporate governance strength*..
2. Penelitian ini membuktikan bahwa *media exposure* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *islamic social reporting* (ISR), artinya keefektifan *media exposure* belum secara optimal dimanfaatkan oleh masing-masing perusahaan berbasis syariah dalam menyampaikan aktifitas

atau kegiatan perusahaan berbasis sosial dan syariah di luar pengungkapan pada laporan tahunan perusahaan.

3. Penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan (*size*) mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap *islamic social reporting* (ISR). Artinya dalam hal ini perusahaan-perusahaan kecil lebih cenderung melakukan pengungkapan terkait *content islamic social reporting* untuk menarik atau menaikkan kepercayaan investor atau *stakeholders* terkait.
4. Penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *islamic social reporting* (ISR). Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang berbasis syariah dalam laporan tahunan dengan lebih luas.
5. Penelitian ini membuktikan bahwa *islamic social reporting* (ISR) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Hasil ini menegaskan bahwa melalui pengungkapan ISR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.
6. Penelitian ini membuktikan bahwa ISR dapat memediasi hubungan antara *corporate governance strength* (CGS), ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Sedangkan untuk keterkaitan ISR dengan media exposure terhadap nilai perusahaan (*firm value*) terbukti tidak ada hubungan mediasi.

B. Keterbatasan, Saran dan Implikasi

1. Keterbatasan

Bagian ini menjelaskan keterbatasan penelitian yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian dan kendala yang dihadapi peneliti.

Keterbatasan penelitian ini sekaligus memberikan peluang bagi penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang sebaiknya perlu dilakukan perbaikan dalam penelitian-penelitian lebih lanjut. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya berfokus pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* saja. Padahal dalam hal ini cukup terbuka peluang untuk dikomparasikan dengan indeks lain, baik di dalam maupun di luar negeri yang mempunyai basis *Islamic* yang kuat seperti negara Malaysia atau beberapa negara timur tengah lainnya
2. Pada penelitian ini hanya berfokus pada pendekatan kuantitatif dan fokus pada data-data atau pengungkapan yang terdapat di laporan tahunan perusahaan.

2. Saran

Bagian saran menyajikan masukan peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu dan ditujukan kepada pihak lain yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian ini. Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan komparasi terkait pengungkapan ISR pada beberapa indeks yang berbasis syariah di dalam maupun luar negeri yang memiliki karakteristik atau *islamic basic* yang kuat seperti di Indonesia, sehingga akan didapatkan hasil yang lebih holistik mengenai pengungkapan ISR di berbagai indeks atau negara
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan dengan menambahkan pendekatan kualitatif, sehingga seluruh informasi yang diungkapkan dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Hal ini dilakukan karena dimungkinkan perusahaan telah melakukan pokok-pokok tanggung jawab sosial secara syariah tetapi tidak mengungkapkannya dalam laporan perusahaan. Selain itu

penggunaan variabel bebas dengan meninjau salah satu model karakteristiknya dengan pengulasan yang cukup mendalam juga perlu dilakukan pada penelitian mendatang.

3. Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi, baik implikasi praktis, teoritis, maupun implikasi metodologis. Pada bagian implikasi penelitian disajikan pernyataan singkat berkaitan dengan konsekuensi logis hasil penelitian ini.

a. Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tingkat pengungkapan ISR di Indonesia masih belum sepenuhnya optimal. Hal ini kurang selaras bila ditinjau dari sisi menjamurnya berbagai korporasi berbasis syariah di Indonesia. Disamping itu Indonesia merupakan negara yang mempunyai penduduk muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu perlu adanya standar yang mengatur tentang pengungkapan *islamic social responsibility* perusahaan di Indonesia.
2. Telah terdapat aturan mengenai kewajiban sosial pada perusahaan perusahaan di Indonesia, namun belum cukup kuat dalam penegakan dan pengawasan oleh pihak regulator. Oleh karena itu perlu adanya *law enforcement* yang jelas dan tegas mengenai aturan-aturan tersebut khusus bagi perusahaan-perusahaan yang tergabung di JII.

b. Implikasi Teoritis

1. Penelitian ini berimplikasi teoritis dalam hal pembuktian implementasi *stakeholders theory* dan *legitimation theory* di Indonesia. Kaitannya dengan teori stakeholder perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya, sementara pada *legitimacy theory* perusahaan

dikatakan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*. Selanjutnya dengan penerapan teori tersebut dapat menaikkan nilai perusahaan karena tingkat kepercayaan yang cukup tinggi dari masyarakat terhadap perusahaan.

2. Penelitian ini juga membuktikan bahwa *Islamic social reporting* mampu menjadi mekanisme bagi perusahaan dalam menjaga hubungan baik dan kepercayaan *stakeholders*. Hal ini mengkonfirmasi pendapat yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi sosial berbasis syariah juga merupakan kebutuhan *stakeholders* terhadap informasi kinerja non keuangan, sebagai dasar dalam menilai dan mengevaluasi kinerja manajemen. Pengungkapan tersebut merupakan upaya perusahaan dalam menjaga hubungan baik dan kepercayaan, memperhatikan serta melindungi kepentingan *stakeholders*. Pengungkapan ISR juga mampu meningkatkan akuntabilitas perusahaan kepada *stakeholders*. Dengan demikian pengungkapan *Islamic social reporting* merupakan media komunikasi, wujud komitmen, tanggung jawab perusahaan dalam menjaga hubungan baik dan kepercayaan secara berkesinambungan sebagai upaya memperoleh dukungan dari *stakeholders* untuk mewujudkan tujuan serta meningkatkan nilai perusahaan.

c. Implikasi Metodologis

Penelitian ini memiliki implikasi metodologis, terutama pada sisi pengukuran variabel mediasi. Pengukuran variabel mediasi dilakukan dengan menyusun dan menggunakan indeks *Islamic social reporting* berdasar penelitian-penelitian terdahulu dan peraturan universal yang terkait dengan *governance standart* utamanya dalam *corporate social responsibility* yang khusus bagi *islamic institution*. Indeks ini disusun dan disesuaikan dengan

peraturan perundangan-undangan yang berlaku di Indonesia. Pendekatan ini belum banyak ditemukan pada berbagai penelitian sebelumnya di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini menambah khasanah pengukuran variabel pengungkapan sosial yang selama ini telah digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquran*, Kementrian Agama RI, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah. Jakarta: CV Aneka Ilmu, 2013.
- AAOIFI, *Governance Standart No. 7 (GS 7): Corporate Social Responsibility Conduct and Disclosure for Islamic Financial Institutions*, Bahrain: 2010.
- Abdillah, Muhammad Abi, *Sunan Ibnu Majjah*. Istanbul: Dar Da'wah, 1992.
- Abdullah, Wan Amalina Wan., Percy, Majella and Stewart, Jenny. Corporate Governance Disclosure Practices of Islamic banks: the Case of Islamic banks in the Southeast Asian and the Gulf Cooperation Council region. *Journal of International Accounting Research (JIAR) Conference* 2014.
- Adams, Mike and Hardwick, Phillip An analysis of corporate donations: United Kingdom Evidence, *Journal of Management Studies* 35(5): 1998.
- Adawi, M. and Rwegasira, K. Corporate boards and voluntary implementation of best disclosure practices in emerging markets: evidence from the UAE listed companies in the Middle East. *International Journal of Disclosure & Governance*, 8(3), 2011.
- Agustine, Ira. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, *FINESTA* Vol. 2, No. 1, 2014.
- Ahmad, Nik Nazli Nik. Sulaiman, M and Siswantoro, D. 2003. Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysia: An Analysis of Annual Reports of KLSE Listed Companies. *IIUM Journal of Economics and Management*. 11, No. 1: h. 51
- Ahzar, Fahri Ali dan Trisnawati, Rina "Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Syariah Di Indonesia", *Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers Sancall 2013*, Surakarta, 23 Maret 2013.
- Ali, Fachry Ali dan Fauz, Ihsan Ali. Kontrak Sosial Dunia dan Politik Nasional. *Majalah Usahawan*, No. 12. Th. XXVII, Desember 1998
- Alapatt, Francis. *Mahatma Gandhi: Prinsip Hidup, Pemikiran Politik Dana Konsep Ekonomi*, diterjemahkan oleh S. Farida. Bandung: Nusamedia, 2005.
- Alijoyo, F. Antonius. *Corporate Code of Conduct*. Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI), diunduh dari <http://www.fcgi.or.id>.
- Anderson, R. C., Mansi, S. A., and Reeb, D. M. Board Characteristics, Accounting Report Integrity, And The Cost Of Debt. *Journal of Accounting and Economics*, 37(3), 2004.
- Anggraini, Fr. R. R. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang. 2006.
- Anggreni, Ni Luh Putu Mila dan Budiasih, I Gusti Ayu Nyoman. Peran Media Exposure Bagi Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* Vol. 21, No. 1, Februari 2016.

- Anup Shah, *Climate Change and Global Warming*, Januari 2008, diunduh dari <http://www.globalissues.org/EnvIssues/GlobalWarming.asp>
- Arcay, M. R. B. and Vazquez, M. F. M. Corporate characteristics, governance rules and the extent of voluntary disclosure in Spain. *Advances in Accounting*, 21, 2005.
- Arsad, Syahiza., Said, Roshima., Yusoff, Haslinda., Haji-Othman, Yusuf dan Ahmad, Rahayati. The Relationship between Islamic Corporate Social Responsibility and Firm's Performance: Empirical Evidence from Shari'ah Compliant Companies. *European Journal of Business and Management* vol.6, No.36, 2014.
- Ayu, Debby Faras dan Siswanto, Dodik. Implikasi Proksi Aset. Profitabilitas dan Jenis Industri pada *Islamic Social Reporting (ISR)*. *Jurnal al-Muzara'ah*, Vol. I, No. 1, 2013.
- Bachi, Adithi. Varietas of Employee Ownship: Some Unintended Consequences of Corporate Law and Labor Law, *University of Pennsylvania of Business and Employment Law* 10, Winter 2008.
- Bardai, B. Ethical Responsibility and The Role of CEOs and Board of Directors in Business Corporations: An Islamic Perspective. Institute of Islamic Understanding Malaysia. 2002.
- Barkatulah, Abdul Hakim. *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Lampung: FH UnLam Press, 2008.
- Beasley, M. S., Carcello, J. V. and Hermanson, D. R. *Fraudulent financial reporting: 1987-1997: an analysis of U.S. public companies*: Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. 1999,
- Ben-Amar, W., and Boujenoui, A. *Factors explaining corporate governance disclosure quality: Canadian evidence*. Paper presented at the Illinois International Accounting Symposium. 2007.
- Bender, Daniel E. and Greenwald, Richard A. *Sweatshop USA: The American Sweatshop in Historical and Global Perspective*, New York: Routledge, 2003.
- Beretta, S. dan Bozzolan, S. A framework for the analysis of firm risk communication. *The International Journal of Accounting*, 39 (3), 2004.
- Besmer, Veronica. The legal Character of Private Codes of Conduct: More Than Just A Pseudo-Formal Gloss on CSR, *Hasting Business Law Journal* 2, Winter, 2006.
- Birnie, Patricie W. dan Boyle, Alan W. *International Law and The Environment*, New York: Oxford University Press, 1992.
- Bluemel, Erik B., The Nonprofit Implications of for Profit Community Development, *University of Florida Journal of Law and Public Policy* 16 April 2005.
- Boediono, CSR Tidak Hanya Filantropi: Tidak Mungkin Membangun Negeri Tanpa Melibatkan Pebisnis, *KOMPAS*, 7 September 2007.

- Botosan, C. A. dan Plumlee, M. A., A Re-Examination of Disclosure Level and The Expected Cost of Equity Capital. *Journal of Accounting Research*, 40 (1), 2002.
- Brickley, J. A., Coles, J. L. and Jarrell, G. Leadership structure: separating the CEO and chairman of the board. *Journal of Corporate Finance*, 3(3), 1997.
- Bushman, R., dan Landsman, W. R. The Pros and Cons Of Regulating Corporate Reporting: A Critical Review of The Arguments. *Accounting and Business Research*, 40(3), 2010.
- Cabral, Georgina Vaz. *Comparative National Action Againts Modern Slavery: The Domestic Workers Issue: Belgium, Spain, France, Italy*, translated by Florence Tamerlo, *Daphne Initiative JAH/98/DAF/215, Commision European*, 1998.
- Calder, Fanny and Culverwell, Malaika. Following Up The World Summit On Sustainable Development Commitment On Corporate Social Responsibility: Options For Action By Governments, Chatham House Final Report: Following Up the WSSD on Sustainable Development Commitment on CSR. February 2005.
- Carcello, J. V., and Nagy, A.L. Client size, Auditor Specialization And Fraudulent Financial Reporting. *Managerial Auditing Journal*, 19(5) 2004, h. 666.
- Cecilia., Rambe, Syahrul., dan Torong, M. Zainul Bahri . Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia, dan Singapura”, *Symposium Nasional Akuntansi ke 18* , Medan, 16-19 September 2015.
- Chaganti, R. S., Mahajan,V. and Sharma, S. Corporate Board Size, Composition And Corporate Failures In Retailing Industry. *Journal of Management Studies*, 22, 1985
- Chapra, M.U. *The Future of Economics: An Islamic Perspectives*. Leicester: The Islamic Foundation, 2000.
- Chariri, Anis. “Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan”. *Jurnal Maksi*, Vol. 8, 2 Agustus 2008.
- Choi, B. Bo, Lee, Doowon and Psaros, Jim. An analysis of Australian Company Carbon Emission Disclosures. *Pacific Accounting Review*, Vol. 25 No. 1, 2013
- Chow, Chee W. dan Boren, Adrian Wong. Voluntary Financial Disclosure by Mexican Corporation, *The Accounting Review*, Vol. LXII, No. 3, 1987.
- Chung, Kee H. and Pruitt, Stephen W. A Simple Approximation of tobin’s q, *Financial Management*, Vol. 23, No. 3 Autumn, 1994.
- Clark, Robert Charles. *Corporate Law*. New York: Aspen Law Publisher, 1986.
- Community Development Corporation: A New Approach to The Poverty Problem, Westlaw Note, *Harvard Law Review* 82, January, 1969.

- Cooter, Robert and Herman Selvin. *The confluence of Justice and Efficiency in the Economics Analysis of Law*. (Berkeley: University of California, December 2003).
- Coulton, J. J., James, C., James, and Taylor, S. L. The effect of compensation design and corporate governance on the transparency of CEO compensation disclosures. *SSRN eLibrary*, 2001.
- Daniri, Mas Achmad. Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "A Promise of Gold Rating: Sustainable CSR"*. Tanggal 23 Agustus 2006.
- Davidsson, Pall A. Legal Enforcement of Corporate Social Responsibility Within The EU, *Columbia Journal of European Law* 8, Summer, 2002.
- Deegan, C. Rankin, M. and Voght, P. "Firms' disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence," *Accounting Forum*, Vol. 24 No. 1, 2000.
- Deegan, Rankin C. M. and Tobin, J. An Examination Of The Corporate Social And Environmental Disclosures Of Bhp From 1983-1997: A Test Of Legitimacy Theory," *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, 2002.
- Delaney, Patrick X. Transnational Corruption: Regulation Across Borders, *Virginia Journal of International Law* 47. Winter 2007.
- Development of an Eco Oriented Nation: Perspectives on Environmentally Sound Corporate Management and Environment Subcommittee, Environmental Industries Office Ministry of Economy, Trade and Industry Japan (July, 2003).
- Dibia, Ndukwe O. and Onwuchekwa, John Chika. Determinants of Environmental Disclosures in Nigeria: A Case Study of Oil and Gas Companies. *International Journal of Finance and Accounting* 2015, 4(3).
- Dickerson, Claire Moore. Human Right: The Emerging Norm of Corporate Social Responsibility. How Do Norms and Empathy Affect Corporation Law and Corporate Behavior?), *Tulane Law Review* 76. June 2002.
- Diller, Janelle. United Nation Research Institute for Social Development, International Labour Office, (Switzerland: 2004), diunduh dari www.ilo.org/public/english/revue/articles/ind99.htm.
- Dine, Janet M. The Capture Of Corruption: Complexity And Corporate Culture, Symposium Rethinking Corruption: An Interdisciplinary Look at a Fundamental Problem, *Pacific McGeorge Global Business & Development Law Journal* 20, 2007.
- Djakfar, Muhammad *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang : UIN Maliki Ibrahim Malang Press, 2007.
- Dowling, J. and Pfeffer, J. "Organizational Legitimacy: Social Values And Organization Behaviour," *Pacific Sociological Review*, Vol. 18 No. 1, 1975.
- Dusuki, A. W. and Nurdianawati, I.A. Maqasid al-Shari'ah, Masalahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences* 24:1. 2007.

- Dusuki, A.W. What Does Islam Say about Corporate Social Responsibility?. *Review of Islamic Economics*, Vol.12, No. 1 (2008).
- Ebiringa, O. T., Yadirichukwu, Emeh., E. E. Ogochukwu, Chigbuand Obi Joseph. Effect of Firm Size and Profitability on Corporate Social Disclosures: The Nigerian Oil and Gas sector in Focus. *British Journal of Economics, Management & Trade* 3(4) 2013.
- Effendi, Muh. Arief. *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998.
- El-Halaby, Sherif and Hussainey, Khaled. The Determinants of Social Accountability Disclosure:Evidence from Islamic Banks around the World *International Journal Of Business*, 20(3), 2015.
- Elkington, John. *Canibal With Work: The Triple Botoom Line in 21st Century Business*. BS: New Society Publisher. 1997.
- Engels, Frederick. The English Ten Hours Bill, *MECW Volume 10* (Maret, 1850), h. 288. Lihat Judy Fudge, The New Discourse Of Labor Right: From Social to Fundamental Right?, *Comparative Labor Law and Policy Journal* 29. Fall 2007
- Etheceverry, Raul Anibal. Corporate Social Responsibility, *Penn State International Law Review* 23, Winter 2005.
- Faherty, Sara A. Preface: Financing The Next Generation of Community Development, *Journal of Affordable Housing and Community Development Law* 12, Spring, 2003.
- Fajar, Mukti. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Fajar, Mukti. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional, dan BUMN di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Falk, R.F. and Milner, N. B. *A Primer for Soft Modelling*. Akron, OH: University of Akron Press. 1992.
- Fama, Eugene F. The Effect of a Firm's Investment and Financing Decisions on the Welfare of its Security Holders. *The American Economic Review*, Vol. 68, No. 3, June, 1978.
- FASB, I. B. R., Insights Into Enhancing Voluntary Disclosure. *Financial Accounting Standards Board Steering Committee Report, Business Reporting Research Project*, 2001.
- Fianto, A. Y. A. Pengaruh Nilai Islami dan Citra Merek pada Perilaku Pembelian melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Mahasiswa Universitas Swasta Islam di Jawa Timur), *Disertasi*, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya 2014.
- Frishman, Benjamin C. Binding Corporation to Human Right Norm Through Public Law Settlement, *New York University Law Review* 81. October 2006.

- Michael K. Addo. Human Right Perspectives of Corporate Groups, *Connecticut Law Review* 37. Spring 2005.
- Fitria, Soraya dan Hartanti, Dwi. "Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan *Global Reporting Initiative* Indeks Dan *Islamic Social Reporting* Indeks". Purwokerto: Simposium Nasional Akuntansi 13, 2010.
- Fornell, C. A Second Generation of Multivariate Analysis: Classification of Methods and Implication for Marketing Research. In M.J. Houston (ed). *Review of Marketing*. 1987.
- Fornell, C., & Bookstein, F. L. Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 1982.
- Fornell, C. and Bookstein, F. Two Structural Equation Model: Model: Lisrel and PLS Applied to Consumer Exit Voice Theory, *Journal of Marketing Research* Vol 19. 1984.
- Franz, Peter and Pfahl, Stefanie. *Corporate Social Responsibility An Introduction From The Environmental Perspective*, Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, Public Relations Division, Republic of Germany, March 2006.
- Freeman, R.E. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing, 1984.
- Friedman, Milton. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, *The New York Times Magazine*, 1 September 1970, <http://www.colorado.edu/studffengroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>.
- GAAP 98: *Interpretation and Application of Generally Accepted Accounting Principles* 1998, Wiley.
- Garvey, Niam and Newell, Peter. Corporate accountability to the poor?: Assessing the effectiveness of community-based strategies. *IDS Working Paper* 227, *Institute of Development Studies Brighton, Sussex BN1 9RE England*, October, 2004.
- Ghozali, Imam dan Aprilia, Karlina. *Generalized Structured Component Analysis (GeSCA), Model Struktural Berbasis Komponen*, (Semarang: Badan Penerbit Univ. Diponegoro Semarang, 2013.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.
- Giil, S. Globalisation, market civilization and disciplinary neo-liberalism. *Millenium Journal of International Relations*, Vol 24 No 3 (2005),
- Glang, M. (1988). *Maximierung der Summe erklärter Varianzen in linear-rekursiven Strukturgleichungsmodellen mit multiplen Indikatoren: Eine Alternative zum Schätzmodus B des Partial-Least-Squares-Verfahrens* (Engl.: *Maximization of the Sum of Explained Variances in Linear-recursive Structural Equation Models with Multiple Indicators: An Alternative to*

- Mode B of the Partial Least Squares Approach*). PhD Thesis. University of Hamburg. 1998.
- Goel, Ran. *Guide to instrument of Corporate Responsibility: An overview of 16 tools for labour fund trustees*. Schulich, Canada's Global Business School, University of Toronto Canada, October, 2005.
- Gompers, P., Ishii, J., and Metrick, A. Corporate governance and equity prices. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 2003.
- Gray, Corporate Social And Environmental Reporting; A Review Literature And Longitudinal Study of UK Disclosure. *Scotland: Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. Vol 8 No.2 1995.
- Gray, R. Thirty Years of Social Accounting, Reporting, and Auditing: What (If Anything) Have We Learnt?’, *Business Ethics: A European Review*, Vol. 10, No.1, 2001.
- Hackston, David and Milne, Marcus J. Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1), 1996.
- Hair, J. F., Black, W.C. Babin, B.J. Anderson, R.E. dan Tatham, R.L. *Multivariate Data Analysis*, 6 Ed., New Jersey: Prentice Hall, 2006.
- Haniffa, Ross. “Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective”, *Indonesian Management & Accounting Research* 1(2), 2002.
- Haniffa, Ross., Hudaib, M.A. and Malik, A.M. (2002). Accounting Policy Choice within the Shari’ah Islami’iah Framework. www.ex.ac.uk/sobe/research/discussionpaper, 10 Oktober 2016.
- Harmoni, Ati. Pemanfaatan Laman Resmi Sebagai Media Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Csr) Pada Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 1, Volume 15, April 2010.
- Healy, Paul M. dan Palepu, Krishna G. The Effect of Firms’ Financial Disclosure Strategies on Stock Prices, *Accounting Horizons*, Vol. 7, No. 1, 1993.
- Hendriksen, E. S.. *Teori Akunting* 5. Buku Satu. Batam: Interaksara, 1998.
- Hendriksen, E.S. and M. F. Van Breda. *Accounting Theory*, 5th Edition. Singapore: Irwin-McGraw-Hill, 2001.
- Henseler, Jörg. Why generalized structured component analysis is not universally preferable to structural equation modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 40, Number 3, 2012.
- Herrmann, Kristina K. Corporate Social Responsibility And Sustainable Development: The European Union Initiative As A Case Study, *Indiana Journal of Global Legal Studies* 11. Summer, 2004.
- Hess, David dan Dunfee, Thomas W. Fighting Corruption: A Principled Approach; The C2 Principles (Combating Corruption) Symposium: Fighting International Corruption and Bribery the 21st Century, *Cornell International Law Journal* 33. 2000.
- Hess, David. Social Reporting: A Reflexive Law Approach To Corporate Social Responsiveness, *Journal of Corporation Law*. Fall 1999.

- Hill, Michael S. Assessing The Role of Community Development Corporation In Inner City Economic Development, *New York University Review of Law and Social Change* 22, 1997.
- Hill, Ronald Paul., Ainscough, Thomas., Shank, Todd., and Manullang, Daryl. Corporate Social Responsibility and Socially Responsible Investing: A Global Perspective . *Journal of Business Ethics* (2007) 70.
- Al-Hritsi, Jaribah bin Ahmad, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al Khatab*. Jakarta: Khalifah, 2006.
- Homayoun, Saeid., Rezaee, Zabihollah., dan Ahmadi, Zahra. Corporate Social Responsibility and Its Relevance to Accounting. *Journal of Sustainable Development*; Vol. 8, No. 9; 2015.
- Hopkins, Michael and Hopkin, Ivor. *Labour Standards and Corporate Social Responsibility: The Need for a Planetary bargain*, London: Earthscan, 2002.
- Humber, J.M. Beyond Stockholder and Stakeholder: A Plea for Corporate Moral Autonomy, *Journal of Business Ethics* 36, no.3, 2002.
- Hwang, H. dan Takane, Y. Generalized Structured Component Analysis. *Psychometrika*, Vol. 69 No. 1, 2004.
- Ibrahim, Melinda. Solikahan, Eka Zahra dan Widyatama, Arif. Karakteristik Perusahaan, Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)* Volume 6, Nomor 1, 2015.
- Indrawaty and Wardayati, Siti Maria. Implementing Islamic Corporate Governance (Icg) And Islamic Social Report (ISR) in Islamic Financial Institution (IFI). *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 219, 2016.
- Ioannou, Ioannis dan Serafeim, George. The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Working Paper 11-017. *Best Paper Proceedings, Academy of Management 2010 Social Issues in Management (SIM) Division*. Harvard Business School. August 2010.
- Iqbal, Zamir dan Mirakhor, Abbas. Stakeholders Model Of Governance In Islamic Economic System, *Islamic Economic Studies*, Vol. 11, No. 2, March 2004.
- J.R. Graham, Harvey, C. R. dan Rajagopal, S. The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40 (1), 2005.
- Jannah , Richatul dan Muid, Dul. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosure Pada Perusahaan Di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *Diponegoro Journal of Accounting* Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014.
- Jensen, M. C., The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems. *The Journal of Finance*, XLVIII(3), 1993.
- Jogiyanto dan Abdillah, W. Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. Yogyakarta: BPFE, 2009.

- Junaidi, Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index, *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 2015.
- Kamal, H. Mohd. Worldview Orientation and Ethics: A Muslim Perspective. In *Ethics in Business and Management Islamic and Mainstream Approaches*. London: Asean Academic Press, 2002.
- Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2013.
- Kendal, Brenden E., Gill, Rebecca and Cheney, George. *Consumer Activism and Corporate Social Responsibility: How Strong A Connection?*, (North Carolina: Oxford University Press, 2007.
- Keputusan Menteri Keuangan No: 1232/KMK.013/1989
- Keraf, A. Sonny *Etika Lingkungan*. Jakarta: Penerbit Kompas, 2002.
- Khoirudin, Amirul. *Corporate Governance dan Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah di Indonesia. Accounting Analysis Journal, AAJ 2 (2) (2013)*.
- Kinley, David and Tadaki, From Talk to Walk: The Emergence OF Human Rights Responsibilities For Corporations AT International Law”, *Virginia Journal of International Law* 44 .Summer 2004.
- Kinley, David. Human Right, Globalization and The Rule Of Law: Friends, Foes Or Family?. *UCLA Journal of International Law and Foreign Affairs* 7. Fall/Winter 2002-2003.
- Klein, A. Audit committee, board of director characteristics, and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3) 2002.
- Koesnadi Hardjosoemantri, *Ekologi, Manusia dan Kebudayaan: Kumpulan Tulisan Terpilih*, Himawan Pambudi (ed), (Yogyakarta, Lapera Pustaka Utama, 2006.
- Kotler, Philip dan Lee, Nancy. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc., 2005.
- Lindblom, C.K. The Implications Of Organizational Legitimacy For Corporate Social Performance And Disclosure. Paper presented at the *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York. 1994.
- Lowry, Ritchie P. Transnational Corporation And Corporate Codes of Conduct, *The Social Report Published by The Program in Social Economy & Social Justice, Vol. XIII, No 5*, Spring 1996.
- Ludbland, Claes. *Some Legal Dimension of Corporate Code of Conduct*. Deventer: Kluwer Law International, 2005.
- Luo, Le., Tang, Qingliang and Lan, Yi-chen Lan. Comparison of Propensity for Carbon Disclosure between Developing and Developed Countries. *Accounting Research Journal* Vol. 26 No. 1, 2013
- Maali, B., Casson, P. and Napier, C. Social Reporting by Islamic Banks. *ABACUS*,

Vol. 42 No. 2, 2006.

- Maignan, I. and Ferrell, O. C. Corporate social responsibility and marketing: an integrative framework. *The Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1). 2004.
- Manasseh, S. Study On the Level of Corporate Social Disclosure Practices In Malaysia. Master's, Universiti Sains Malaysia, 2004.
- Margo, Tarek F., Drakos, Tatgenhorst., and Pajkowska, Joanna. Extracting Corporate Responsibility: Toward A Human Right Impact Assesement, *Cornell International Law* 40. Winter 2007.
- Masykuroh, Ely. Eksistensi DPS Dalam Memoderasi Pengaruh Pembiayaan, Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan CSR Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Al-Tahrir*, Vol. 12, No. 1 Mei 2012.
- Modigliani, F. and Miller, M.H. Corporate Income Taxes And The Cost Of Capital: A Correction. *The American Economic Review*. 53 (3), 1963.
- Morisson, Samuel Taylor. A Hayekian Theory of Social Justice. *New York University Journal of Law and Liberty* 1, 2005.
- Morsing, Mette. and Schultz. Corporate Social Responsibility as strategic autocommunication: on the role of external stakeholders for member indetification. *Business Ethics: A European Review*, 15 (2), 2006.
- Murni, Siti Aisah. Pengaruh Luas Pengungkapan Sukarela Dan Asimetri Informasi terhadap cost of capital pada perusahaan publik di indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* , Vol 7 No. 2. 2004.
- Myring, Mark and Shortridge, Rebecca Toppe. Corporate Governance And The Quality Of Financial Disclosures Mark Myring, Ball State University, USA Rebecca Toppe Shortridge, Northern Illinois University, USA. *International Business & Economics Research Journal* . Volume 9, Number 6. June 2010
- Nawaiseh, Mohammad Ebrahim, Soliman. Boa, S. Also and El-shohnah, Rezk Abou Zaid Youssef. Influence of Firm Size and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosures by Banking Firms (CSRSD): Evidence from Jordan. *Journal of Applied Finance & Banking*, vol. 5, no. 6, 2015.
- an-Naisaburiy, Imam Abi al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi, *Shahih Muslim. Beirut: Dar al-Kitab al-Imaniyah*, 1995. juz 5.
- Nelson, J. *Executive stock option disclosures by Australian listed companies: an assessment of their nature, extent and association with governance and characteristics*. Unpublished PhD Dissertation, Queensland University of Technology, 2007.
- Nugroho, Agus Sumarnadi. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Keluasan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Mahardhika* Vol .9 No. 3 Mei 2011.
- O'Connor, Marleen A. Corporate Social Responsibility For Work/Family Balance, *Saint John's Law Review* 79. Fall 2005.

- O'Donovan, G. "Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending them Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory." *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 15. No. 3, 2002.
- Organization of Economic Co-operation and Development, Guidelines for multinational enterprises, 2003, Retrieved from <http://www.oecd.org>
- Othman, Rohana and Thani ,A. M. Islamic social reporting of listed companies in Malaysia. *International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 2010.
- Othman, Rohana., Thani, A. Md., and E.K. Ghani. Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia, *Research Journal of International Studies*, Vol. 12, 2009.
- Parvez, Z. *Building A New Society: An Islamic Approach to Social Change*, The Islamic Foundation, Leicester, UK. 2000.
- Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Plassmann, Florenz. Do Economics need to choose between efficiency and justice?, *Departement of Economics, Birmingham University Journal*. April, 2003.
- Pramana, I Gusti Ngurah Agung Dwi dan Mustanda, I Ketut. Pengaruh profitabilitas dan *size* terhadap nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, 2016.
- Prasetyantoko, A. Enron dan Good Corporate Governance, 11 Oktober 2002 . <http://els.bappenas.go.id/upload/other/Good%20Corporate%20Governance.html>.
- Preacher, K. J. and Hayes, A. F. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 2008.
- Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, *Pedoman Penulisan Proposal dan Disertasi PPs IAI-SU*. Medan: PPs IAIN-SU, 2012/2013.
- Purwanto, Agus. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility, *Jurnal Akuntansi & Auditing*, Vol.8/No. 1/November 2011.
- Putri, Tria Karina dan Yuyetta, Etna Nur Afri. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012. *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014.
- R., Gray, D. Owen and K. Maunders, *Corporate Social Reporting*. NJ: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1987.
- Rajagopal, Balakrishnan. International Law and Social Movement: challenges of theorizing resistance, *Columbia Journal of Transnational Law* 41, 2003.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosda, 2004.
- Ralph Hamann and Nicola Acutt, How should civil society (and the government) respond to 'corporate social responsibility'? A critique of business

- motivations and the potential for partnerships, *Development Southern Africa* Vol. 20, No. 2, June 2003.
- Ratner, Steven R. Corporation and Human Right: A Theory of Legal Responsibility, *Yale Law Journal* 111. Desember 2001.
- Reinartz, W. J., Haenlein, M., and Henseler, J. An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance based SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26 (4), 2009.
- Reverte, C. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*. Volume 88, 2008.
- Richardus Eko Indrajit, *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: PT Gramedia Indonesia, 2003.
- Ruggie, John Gerard. Business and Human Right: The Envolving International Agenda, *American Journal of International Law* 101. Oktober 2007.
- Ruslinda, S. Realising Maqasid Al-Shariah in Islamic Financial Planning. *The 4E Journal Islamic Finance*. January-March, 2011.
- Rustiarini, Ni Wayan Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi XIII* Purwokerto, 2010..
- Rustiarini, Ni Wayan. 2012. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*. Vol 2 No 1. Februari 2012.
- Safarina. The Development Of Islamic Social And Environmental Reporting. *Journal of Education and Social Sciences*, Vol. 4, (June.), 2016.
- Said, Sudirman. Enron dan Akuntan Publik, *Majalah Temp*, Kolom No 49/XXX/4-10 Februari 2002
- Saidi, Zaim dan Abidin, Hamid. *Menjadi Bangsa Pemurah Wacana Praktik Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Piramedia, 2001.
- Sakti, *Analisis Teoritis Ekonomi Islam Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*. Tangerang: AQSA-publishing, 2007.
- Saleng, Abrar. *Hukum Pertambangan*. Yogyakarta Penerbit UII Press, Yogyakarta.2004.
- Sampurna, M. E. *Sinergi CSR dalam Perspektif Islam*. 2007. Dipetik 15 Juli, 2015, dari www.csrindonesia.com/data/articles/20080310083332-a.pdf.
- Samuel, Taylor M. A Hayekian Theory of Social Justice, *New York University Journal of Law and Liberty* 1, 2005.
- Saridona, Resa dan Cahyandito, Martha Fani. Social Performance of Indonesia Islamic Banking: Analysis of Islamic Social Reporting Index. *International Conference on Economics and Banking*, 2015.
- Scott, William R. *Financial Accounting Theory*. Edisi 6. New Jersey: Prentice Hall, 2012.

- Sekaran, Uma dan Bougie, R. *Research Methods For Business – A Skill Building Approach*, 6th edition. West Sussex, (United Kingdom: John Wiley & Sons, 2013), h. 286.
- Sembiring, Eddy Rismanda. “Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta”. *Simposium Nasional Akuntansi VIII* Solo, 15 – 16 September 2005.
- Sen, Sankar., Bhattacharya, C. B. and Korschun, Daniel. The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Multiple Stakeholder Relationships: A Field Experiment. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 34, No. 2, 2006.
- Sevilla, Consuelo G., Ochave, Jesus A., Punsalan, Twila G., Regala, Bella P., Uriarte, Gabriel G. *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company, 2007.
- Shamim, Mohammed U.K. and Md. Nesarul, K., Corporate Social Responsibility: Contemporary Thought and Islamic Perspectives, *Journal of Thought on Economics*, Vol.21, No.01, 2011.
- Sheehy, Benedict. Scrooge-The Reluctant Stakeholders: Theoretical Problems in The Shareholder-Stakeholder Debate, *University of Miami Business Law Review* 14, Fall/Winter, 2005.
- Sheikh, Saleem. Promoting Corporate Social Responsibilities Within The European Union”, *International Company and Commercial Law Review* 1. 2002.
- Shocker, A.D. and Sethi, S.P. *An Approach to Incorporating Social Preferences in Developing Corporate Action Strategies*. (Los Angeles: Melville Publishing Company, 1974.
- Shook, C. L., Ketchen, D. J., Jr., Hult, G. T. M., & Kacmar, K. M. An assessment of the use of structural equation modeling in strategic management research. *Strategic Management Journal*, 25(4), 2004.
- Siegel, J. G. dan Shim, J. K. *Kamus Istilah Akuntansi*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo, Kelompok Gramedia, 1994.
- Siregar, S. V. dan Utama, S. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek Corporate Governance terhadap Pengelolaan Laba (Earning Management). *Simposium Nasional Akuntansi VII, Solo, 15-16 September 2005*.
- Siwar, C. dan Hossain, M. T. An analysis of Islamic CSR Concept and The Opinion of Malaysian Managers. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 20, 2009.
- Smith, M. and Taffler, R. The Incremental Effect of Narrative Accounting Information In Corporate Annual Reports. *Journal of Business Finance dan Accounting*, 22 (8), 1995.
- Soetomo, *Strategi-strategi pembangunan masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Sofyani, Hafiez, Ulum, I., Syam, Daniel dan Wahyuni L., Sri. *Islamic Social Reporting Index* Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan

- Syariah (Studi Komparasi Indonesia Dan Malaysia). *Jurnal Dinamika Akuntansi* Vol. 4, No. 1, Maret 2012.
- Sofyani, Hafiez. *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah Di Indonesia, Malaysia Dan Saudi Arabia: Sebuah Studi Menggunakan Anova. *Summary Research*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2014.
- Solomon, Lewis D. dan Kathleen J., Humanistic Economics: A New Model for The Corporate Social Responsibility Debate, *Journal of Coportaion Law* 12 Winter, 1987.
- Solomon, Lewis D. New Directions in Corporate Law, On The Frontier Of Capitalism: Implementation Of Humanomics By Modern Publicly Held Corporations: A Critical Assesment, *Washington and Lee Review*. Fall 1993.
- Stephens, Beth. *The Amoralilty of Profit: Transnational Corporations and Human Rights*, 20 Berkeley. J. INTL LAW. 45 (2002), h. 51.
- Stiglitz, Joseph. *Making Globalization Work: Menyiasati Globalisasi Menuju Dunia yang Lebih Adil*, PT Mizan Pustaka, 2006.
- Strier, Roni. Community Anti-Poverty Strategies: A Conceptual Framework for A Critical Discussion, *The British Journal of Social Work*. Oxford University, 2008.
- Sugiarto, Dergibson Siagian *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Sugiharto, *Peran Strategis BUMN Dalam Pembangunan Ekonomi: Hari Ini dan Masa Depan*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA., 2013.
- Suharto, E. CSR Syariah. *Majalah Bisnis & CSR* , Vol. 3 No. 16, Agustus 2010.
- Suharto, Edi. Audit CSR, *Majalah Bisnis dan CSR* Vol. 1 No 5, April 2008.
- Suharto, Edi. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bandung: Refika Aditama, 2007.
- Sulaiman, Maliah bt., dan Willett, Roger. Using the Hofstede-Gray framework to argue normatively for an extension of Islamic Corporate Reports. *Malaysian Accounting Review*. Vol 2 (1), 2003.
- Susanti, Meri dan Santoso, Eko Budi. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moederasi. *Kajian Akuntansi*. 6(2), 2011.
- Suwaldiman, Motivasi Pelaporan Kinerja Sosial/Lingkungan (Triple-bottom-line Reporting): Sebuah Tinjauan Teoritik. *EKBISI*, Vol. VIII, No. 1, Desember 2013.
- Synder, Allison M. Holding Mutinational Corporations Accountable: Is Non-Financial Dislosure The Answer?, *Columbia Business Law Review*, 2007.

- The Organization For Economic Co-Operation And Development (OECD) Guidelines for Multinational Enterprises, REVISION 2000 diunduh dari www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf.
- Thurman, Joshep E. Employment, Labour Standard and Social Clause, dalam kumpulan jurnal *ASEAN in the WTO: Challenges and Responses*. (Ed) Chia Siow You dan Joseph LH Tan, Institute of Southeast Asian Studies, 1996.
- Tian, Y. dan J. Chen, Concept of Voluntary Information Disclosure and A Review of Relevant Studies. *International Journal of Economics and Finance*, 1 (2), 2009.
- Tilt, Carol Ann. The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure: Some Empirical Evidence. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 7 Iss: 4, 1994.
- Tinker, T. and Neimark, M. The role of annual reports in gender and class contradictions at General Motors: 1917-1976, *Accounting, Organization and Society*, 12 (1), 1987.
- Ujang Rusdianto, *Cyber CSR: A Guide to CSR Communications on Cyber Media*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Umbara, Dewa Made Bagus dan Suryanawa, I Ketut. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Nilai Perusahaan, *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.2, 2014.
- Undang Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
- Undang Undang no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Verrecchia, R. E., Discretionary Disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 5, 1983.
- Wahyutama, Ngabey Ryvandhi Ikko. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Artikel ilmiah mahasiswa 2016 UNEJ*, 2016.
- Wardani, Puruwita. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 14, No. 1, Mei 2012.
- Watts, R. L. and Zimmerman, J.L. *Positive Accounting Theory*. USA: Prentice-Hall., 1986.
- Webber, Max. *Etika Protestan dan Spirit Kapitalisme*, diterjemahkan oleh TW Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, Cetakan ke-2. Gresik: Fascho Publishing, 2007.
- Widiawati, Septi dan Raharja, Surya Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan - Perusahaan Yang Terdapat Pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011. *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 1, nomor 2, 2012.

- Widiyanarti, *Corporate Social Responsibility: Model Community Development Oleh Korporat*. *Etnovisi, Jurnal Antropologi Sosial Budaya* (2005). LPM ANTROP-FISIP-USU. Vol. 1 No. 2.
- Wijaya, Pamadi. Tanggung Jawab Perusahaan dan Masyarakat, Pusat Data dan Analisa Tempo (2004) diunduh dari http://www.Pdat.co.id/hg/opinions_pdat/2004/09/28/opn,20040928,id.html.
- Wikipedia, the free encyclopedia, diunduh dari http://en.wikipedia.org/wiki/community_development.
- Williams, Cynthia A. Corporate Social Responsibilities in An Era of Economic Globalization, Article for Symposium: Corporations Theory and Corporate Governance Law, *U.C. Davis Law Review* 35, February: 2002.
- Wirakusuma, I G A N Bayu Darma Putra Made Gede. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.13.No.2 Nov. 2015.
- Wold, H. Partial Least Square. In S Kotz and N. L. Johnson (Eds) *Encyclopedia of Statistical Sciences*. Vol. 8, 1985.
- Wolfe, Alan Wolfe. The Modern Corporation: Private Agent or Public Actor?. *Washington and Lee Law Review* 50, Fall, 1993.
- World Bank Commitment Sustainable Development (WBCSD), "Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense, 2000.
- Yuliana, Rita., Purnomosidi, Bambang dan Sukoharsono, Eko Ganis. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Desember 2008, Vol. 5, No. 2.
- Yusanto, S. M. dan Yunus, A. M. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Al Azhar Press, 2009.
- Zaluki, N. A. A. , and Wan Hussin, W. N. Corporate Boards, Audit Committees and Quality of Financial Disclosure in IPOs. *SSRN eLibrary*. 2009.
- Zarkasyi, Moh. Wahyudin. *Good Corporate Governance : pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Ziauddin, S. Islam, Postmodernism and Other Futures: A Ziauddin Sardar Reader. London: Pluto Press, 2003.
- Zubairu, Umaru M. O. B., Sakariyau, and Dauda, Chetubo Kuta. Social Reporting Practices Of Islamic Banks In Saudi Arabia. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 23, Special Issue – December 2011.
- <http://aaoifi.com/about-aaoifi/?lang=en>
- <http://bjsw.oxfordjournals.org/cgi/content/abstract/bcm149>.
- <http://csr-indonesia.com>.
- <http://www.undp.org/mdg>.
- <http://www.wbcsd.org/DocRoot/IunSPdiKvmYH5HjbN4XC/csr2000.pdf>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Jakarta_Islamic_Index

LAMPIRAN 1

DATA DISERTASI

No	TAHUN	PERUSH.	CGS	ME	LOGSIZE	PROF	ISRINDEX	FV	TI
1	2012	AALI	1	2	7.09	3524893	0.73	2.59	2
2	2012	AKRA	1	2	7.07	809682	0.66	2.28	2
3	2012	ANTM	2	2	7.29	3895495	0.73	1.01	2
4	2012	ASII	3	2	8.26	27898000	0.8	2.27	2
5	2012	ASRI	1	1	7.04	1344194	0.68	2.49	1
6	2012	CPIN	2	2	7.09	3376499	0.61	7.04	2
7	2012	ICBP	2	2	7.77	3027190	0.78	1.04	2
8	2012	INTP	1	2	7.36	6239550	0.63	3.92	2
9	2012	KLBF	1	2	6.97	2308017	0.83	6.9	2
10	2012	LPKR	1	1	7.4	1577088	0.76	1.81	1
11	2012	LSIP	1	1	6.88	1372083	0.73	1.95	2
12	2012	PTBA	1	2	7.1	3911587	0.66	2.94	2
13	2012	SMGR	2	2	7.42	6287454	0.8	4.17	2
14	2012	TINS	2	2	6.79	646639	0.8	1.43	2
15	2012	TLKM	2	2	8.05	24228000	0.76	1.39	2
16	2013	UNVR	1	2	7.08	6466675	0.8	15.13	2
17	2013	AKRA	1	2	7.17	733052	0.61	1.92	2
18	2013	ASII	2	2	8.33	26534000	0.76	1.82	2
19	2013	ASRI	1	1	7.16	1081775	0.49	1.44	1
20	2013	BSDE	1	2	7.25	3278954	0.59	2.12	1
21	2013	EXCL	2	2	7.61	1390000	0.63	1.61	2
22	2013	INDF	1	2	7.89	4000751	0.59	1.34	2
23	2013	INTP	1	2	7.42	8654654	0.71	3.37	2
24	2013	JSMR	1	2	7.45	1715000	0.71	1.93	1
25	2013	KLBF	1	2	7.05	2572523	0.61	6.32	2
26	2013	LPKR	2	1	7.5	1512000	0.54	1.25	2
27	2013	LSIP	1	1	6.9	996991	0.63	1.97	2
28	2013	MAPI	1	1	6.89	485106	0.63	2.02	1
29	2013	PTBA	2	2	7.07	2461362	0.66	2.24	2
30	2013	SMGR	2	2	7.49	10944094	0.66	3.18	2
31	2013	TLKOM	2	2	8.11	27149000	0.73	1.98	2
32	2013	UNTR	1	2	7.76	6587337	0.71	1.61	2
33	2014	UNVR	1	2	7.1	7159000	0.71	18.23	2
34	2014	ASII	3	2	8.37	38809000	0.68	1.84	2
35	2014	ASRI	1	1	7.23	1385766	0.54	1.27	1
36	2014	BMTR	1	2	7.4	1917547	0.49	1.26	1

37	2014	BSDE	1	2	7.45	4306325	0.66	1.56	1
38	2014	INDF	1	2	7.93	6229297	0.61	1.28	2
39	2014	INTP	1	2	7.46	9086000	0.76	2.94	2
40	2014	JSMR	1	2	7.5	1821974	0.73	2.16	1
41	2014	KLBF	1	2	7.09	2763701	0.66	7.25	2
42	2014	LPKR	1	2	7.58	3277000	0.56	1.19	1
43	2014	LSIP	1	1	6.94	1188931	0.63	1.58	2
44	2014	PTBA	2	2	7.17	2.67E+06	0.71	2.09	2
45	2014	SMGR	2	2	7.54	11598604	0.71	2.63	2
46	2014	SMRA	1	2	7.19	1684099	0.63	2.28	1
47	2014	TLKM	2	2	8.15	28784000	0.71	2.26	2
48	2014	UNTR	1	2	7.78	6621858	0.63	1.64	2
49	2015	WIKA	2	2	7.2	1098081	0.71	2.22	1
50	2015	AALI	1	2	7.33	1175513	0.59	1.54	2
51	2015	AKRA	1	1	7.18	1317021	0.63	2.33	2
52	2015	ASII	3	2	8.39	19630000	0.8	1.68	2
53	2015	ASRI	1	1	7.27	758957	0.49	1.01	1
54	2015	ICBP	1	2	7.42	4009634	0.66	3.72	2
55	2015	INDF	1	2	7.96	4962084	0.68	1.22	2
56	2015	INTP	1	2	7.44	5645111	0.66	2.64	2
57	2015	LPKR	1	2	7.62	1284829	0.68	1.13	1
58	2015	LSIP	1	1	6.95	827882	0.63	1.57	2
59	2015	MPPA	1	2	6.8	233046	0.56	1.94	1
60	2015	PTPP	1	2	7.28	1287534	0.66	1.71	1
61	2015	SMGR	2	2	7.58	5850923	0.83	1.87	2
62	2015	SMRA	1	2	7.27	1066008	0.63	1.82	1
63	2015	SSMS	1	2	6.84	755448	0.54	3.19	2
64	2015	TLKM	2	2	8.22	31342000	0.8	2.45	2
65	2015	UNTR	1	2	7.79	4192746	0.61	1.3	2
66	2015	UNVR	1	2	7.2	7829490	0.78	21.51	2
67	2015	WIKA	2	2	7.29	1098081	0.61	1.54	1

LAMPIRAN 2
HASIL PENGOLAHAN DATA GeSCA

Model Fit	
FIT	0.071
AFIT	0.045
NPAR	11

Measurement Model

Variable	Loading			Weight			SMC		
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR
ME	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
ME	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
SIZE	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
LOGSIZE	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
PROFIT	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
Profit	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
ISR	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
ISRINDEX	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
FV	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
FV	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
CGS	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
CGS	0	0	0	1.000	-nan	0.0	0	0	0

CR* = significant at .05 level

Structural Model

Path Coefficients			
	Estimate	SE	CR
CGS->ISR	0.274	0.122	2.25*
ME->ISR	0.114	0.125	0.91
SIZE->ISR	-0.387	0.183	2.11*

PROFIT->ISR	0.621	0.164	3.79*
ISR->FV	0.268	0.111	2.42*

CR* = significant at .05 level

R square of Variable	
ME	0
SIZE	0
PROFIT	0
ISR	0.354
FV	0.072
CGS	0

Means Scores of Variables	
ME	1.821
SIZE	7.412
PROFIT	6.500
ISR	0.671
FV	3.020
CGS	1.373

Correlations of Variables (SE)						
	ME	SIZE	PROFIT	ISR	FV	CGS
ME	1	0.343 (0.070)*	0.431 (0.069)*	0.314 (0.117)*	0.168 (0.040)*	0.238 (0.077)*
SIZE	0.343 (0.070)*	1	0.780 (0.048)*	0.284 (0.111)*	-0.236 (0.059)*	0.539 (0.107)*
PROFIT	0.431 (0.069)*	0.780 (0.048)*	1	0.509 (0.082)*	0.175 (0.069)*	0.512 (0.100)*
ISR	0.314 (0.117)*	0.284 (0.111)*	0.509 (0.082)*	1	0.268 (0.111)*	0.411 (0.102)*
FV	0.168 (0.040)*	-0.236 (0.059)*	0.175 (0.069)*	0.268 (0.111)*	1	-0.150 (0.060)*
CGS	0.238 (0.077)*	0.539 (0.107)*	0.512 (0.100)*	0.411 (0.102)*	-0.150 (0.060)*	1

* significant at .05 level

ADDITIONAL ANALYSIS**MULTIPLE GROUP ANALYSIS : TYPE INDUSTRY**

Model Fit	
FIT	0.065
AFIT	0.011
NPAR	22

Measurement Model

Variable	Loading			Weight			SMC		
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR
Group 1									
CGS	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
CGS	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
ME	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
ME	0	0	0	-1.000	0.000	-	0	0	0
SIZE	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
LOGSIZE	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
PROFIT	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
Profit	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
ISR	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
ISRINDEX	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
FV	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
FV	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
Group 2									
CGS	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
CGS	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
ME	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
ME	0	0	0	1.000	-nan	0.0	0	0	0

SIZE	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
LOGSIZE	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
PROFIT	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
Profit	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0
ISR	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
ISRINDEX	0	0	0	1.000	-nan	0.0	0	0	0
FV	AVE = 0.000, Alpha =0.000								
FV	0	0	0	1.000	0.000	-	0	0	0

CR* = significant at .05 level

Structural Model

Path Coefficients			
Group 1			
	Estimate	SE	CR
CGS->ISR	0.325	0.355	0.92
ME->ISR	-0.093	0.257	0.36
SIZE->ISR	-0.274	0.459	0.6
PROFIT->ISR	0.373	0.398	0.94
ISR->FV	0.195	0.275	0.71
Group 2			
	Estimate	SE	CR
CGS->ISR	0.200	0.124	1.61
ME->ISR	0.158	0.122	1.29
SIZE->ISR	-0.288	0.174	1.66
PROFIT->ISR	0.661	0.178	3.72*
ISR->FV	0.294	0.104	2.82*

CR* = significant at .05 level

R square of Variable	
Group 1	
CGS	0
ME	0
SIZE	0
PROFIT	0
ISR	0.226
FV	0.038

Group 2	
CGS	0
ME	0
SIZE	0
PROFIT	0
ISR	0.426
FV	0.087

Means Scores of Variables	
Group 1	
CGS	1.474
ME	1.789
SIZE	7.333
PROFIT	6.518
ISR	0.717
FV	3.344
Group 2	
CGS	1.333
ME	1.833
SIZE	7.444
PROFIT	6.492
ISR	0.653
FV	2.891

Correlations of Variables (SE)						
Group 1						
	CGS	ME	SIZE	PROFIT	ISR	FV
CGS	1	-0.411 (0.129)*	0.658 (0.187)*	0.581 (0.199)*	0.400 (0.167)*	-0.208 (0.170)
ME	-0.411 (0.129)*	1	-0.250 (0.156)	-0.412 (0.140)*	-0.312 (0.222)	-0.226 (0.093)*
SIZE	0.658 (0.187)*	-0.250 (0.156)	1	0.814 (0.085)*	0.267 (0.151)	-0.258 (0.108)*
PROFIT	0.581 (0.199)*	-0.412 (0.140)*	0.814 (0.085)*	1	0.377 (0.173)*	0.142 (0.145)
ISR	0.400 (0.167)*	-0.312 (0.222)	0.267 (0.151)	0.377 (0.173)*	1	0.195 (0.275)
FV	-0.208 (0.170)	-0.226 (0.093)*	-0.258 (0.108)*	0.142 (0.145)	0.195 (0.275)	1

Group 2						
	CGS	ME	SIZE	PROFIT	ISR	FV
CGS	1	0.169 (0.092)	0.513 (0.133)*	0.484 (0.122)*	0.399 (0.114)*	-0.140 (0.063)*
ME	0.169 (0.092)	1	0.383 (0.075)*	0.443 (0.086)*	0.375 (0.110)*	0.152 (0.048)*
SIZE	0.513 (0.133)*	0.383 (0.075)*	1	0.780 (0.064)*	0.391 (0.109)*	-0.223 (0.059)*
PROFIT	0.484 (0.122)*	0.443 (0.086)*	0.780 (0.064)*	1	0.604 (0.070)*	0.185 (0.068)*
ISR	0.399 (0.114)*	0.375 (0.110)*	0.391 (0.109)*	0.604 (0.070)*	1	0.294 (0.104)*
FV	-0.140 (0.063)*	0.152 (0.048)*	-0.223 (0.059)*	0.185 (0.068)*	0.294 (0.104)*	1

* significant at .05 level



Indonesia Stock Exchange

Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index

No. Peng-00632/BEI.PSH/12-2011

(dapat dilihat di internet : <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index" (JII), dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Bapepam dan LK.
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 3 (tiga) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Emiten
1.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
2.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.
3.	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.


Tiga saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Emiten
1.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
2.	BTEL	Bakrie Telecom Tbk.
3.	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal 7 Desember 2011 – Mei 2012 atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh Bapepam dan LK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00160/BEI.PSH/07-2011 tanggal 7 Juni 2011.

Demikian agar maklum.

Jakarta, 6 Desember 2011


Andre P. J. Toelle
Kepala Divisi Perdagangan Saham /


Poltak Hotradero
Kepala Divisi Riset

Tembusan Yth.:

1. Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan
2. Kepala Biro TLE, BAPEPAM dan LK
3. Pusat Referensi Pasar Modal
4. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
5. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
6. Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Direksi PT Bursa Efek Indonesia



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham Dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 7 Desember 2011 s.d. Mei 2012**

No.	Kode	Nama Emiten	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.	Tetap
5.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
6.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
7.	BORN	Borneo Lumbung Energi & Metal Tbk.	Tetap
8.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
9.	ELTY	Bakrieland Development Tbk.	Tetap
10.	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.	Tetap
11.	HRUM	Harum Energy Tbk.	Tetap
12.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
13.	INCO	International Nickel Indonesia Tbk.	Tetap
14.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Baru
15.	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk.	Tetap
16.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
17.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
18.	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk.	Tetap
19.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
20.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
21.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Baru
22.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
23.	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.	Baru
24.	SMCB	Holcim Indonesia Tbk.	Tetap
25.	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk.	Tetap
26.	TINS	Timah (Persero) Tbk.	Tetap
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
28.	TRAM	Trada Maritime Tbk.	Tetap
29.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
30.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap

1/2



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index

No.: Peng-00147/BEI.PSH/05-2012

(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Bapepam dan LK.
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 3 (tiga) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Emiten
1.	BKSL	Sentul City Tbk.
2.	EXCL	XL Axiata Tbk.
3.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.


Tiga saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Emiten
1.	ELTY	Bakrieland Development Tbk.
2.	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk.
3.	SMCB	Holcim Indonesia Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal 1 Juni 2012 – 30 November 2012 atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh Bapepam dan LK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00632/BEI.PSH/12-2011 tanggal 6 Desember 2011.

Demikian untuk diketahui.

30 Mei 2012,


Andre P. J. Toelle
Kepala Divisi Perdagangan Saham /


Poltak Hotradero
Kepala Divisi Riset

Tembusan:

1. Yth. Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan
2. Yth. Kepala Biro TLE, BAPEPAM dan LK
3. Yth. Pengurus Pusat Referensi Pasar Modal
4. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
5. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
6. Yth. Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia

A:\a-G\CorpAction\Pengumuman\peng JII\JII-120530.doc



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 1 Juni s.d. 30 November 2012

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00147/BEI.PSH/05-2012 tanggal 30 Mei 2012)

No.	Kode	Nama Emiten	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.	Tetap
5.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
6.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
7.	BKSL	Sentul City Tbk.	Baru
8.	BORN	Borneo Lumbung Energi & Metal Tbk.	Tetap
9.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
10.	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.	Tetap
11.	EXCL	XL Axiata Tbk.	Baru
12.	HRUM	Harum Energy Tb.	Tetap
13.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
14.	INCO	Vale Indonesia Tbk.	Tetap
15.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
16.	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk.	Tetap
17.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
18.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Baru
19.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
20.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
21.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
22.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
23.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
24.	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.	Tetap
25.	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk.	Tetap
26.	TINS	Timah (Persero) Tbk.	Tetap
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
28.	TRAM	Trada Maritime Tbk.	Tetap
29.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
30.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap

✓ 2

AHA:G:\CorpAction\Pengumuman\peng JIINII-120530.doc

**IDX**Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index

No.: Peng-00631/BELPSH/11-2012

(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Bapepam dan LK.
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 4 (empat) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Saham
1.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
2.	INDY	Indika Energy Tbk.
3.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.
4.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.

Empat saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Saham
1.	BORN	Borneo Lumbung Energi & Metal Tbk.
2.	SIMP	Salim Invomas Pratama Tbk.
3.	TINS	Timah (Persero) Tbk.
4.	TRAM	Trada Maritime Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal 3 Desember 2012 – 31 Mei 2013 atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh Bapepam dan LK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00147/BELPSH/05-2012 tanggal 30 Mei 2012.

Demikian untuk diketahui.

30 November 2012,

Andre P. J. Toelle

Kepala Divisi Perdagangan Saham

Verdi Ikhwan

Ph. Kepala Divisi Riset

Tembusan:

1. Yth. Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan
2. Yth. Kepala Biro Transaksi dan Lembaga Efek, Bapepam dan LK
3. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
4. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
5. Yth. Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
6. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 3 Desember 2012 s.d. 31 Mei 2013**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00631/BEI.PSH/11-2012 tanggal 30 November 2012)

No.	Kode	Nama Saham	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.	Tetap
5.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
6.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
7.	BKSL	Sentul City Tbk.	Tetap
8.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Baru
9.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
10.	ENRG	Energi Mega Persada Tbk.	Tetap
11.	EXCL	XL Axiata Tbk.	Tetap
12.	HRUM	Harum Energy Tbk.	Tetap
13.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
14.	INCO	Vale Indonesia Tbk.	Tetap
15.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
16.	INDY	Indika Energy Tbk.	Baru
17.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	Tetap
18.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
19.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Tetap
20.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
21.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
22.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
23.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.	Baru
24.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	Baru
25.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
26.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
27.	SMGR	Semen Gresik (Persero) Tbk.	Tetap
28.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
29.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
30.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index

No.: Peng-00170/BEI.PSH/05-2013

(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 2 (dua) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Saham
1.	BMTR	Global Mediacom Tbk.
2.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.


Dua saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Saham
1.	ENRG	Energy Mega Persada Tbk.
2.	INDY	Indika Energy Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal 3 Juni – 29 November 2013 atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh OJK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00631/BEI.PSH/11-2012 tanggal 30 November 2012.

Demikian untuk diketahui.

29 Mei 2012,


Andre P. J. Tobelle
Kepala Divisi Perdagangan Saham


Poltak Hotradero
Kepala Divisi Riset

Tembusan:

1. Yth. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Otoritas Jasa Keuangan
2. Yth. Direktur Transaksi dan Lembaga Efek, Otoritas Jasa Keuangan
3. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
4. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
5. PT Indonesia Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
6. Yth. Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 3 Juni s.d. 29 November 2013**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00170/BEI.PSH/05-2013 tanggal 29 Mei 2013)

No.	Kode	Nama Saham	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.	Tetap
5.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
6.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
7.	BKSL	Sentul City Tbk.	Tetap
8.	BMTR	Global Mediacom Tbk.	Baru
9.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Tetap
10.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
11.	EXCL	XL Axiata Tbk.	Tetap
12.	HRUM	Harum Energy Tbk.	Tetap
13.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
14.	INCO	Vale Indonesia Tbk.	Tetap
15.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
16.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	Tetap
17.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
18.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Tetap
19.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
20.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
21.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
22.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.	Tetap
23.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	Tetap
24.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
25.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
26.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
28.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
29.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap
30.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	Baru

/r



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Keluar dari Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 3 Juni s.d. 29 November 2013**

No.	Kode	Nama Saham
1.	ENRG	Energy Mega Persada Tbk.
2.	INDY	Indika Energy Tbk.

✓ fl

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index
No.: Peng-00673/BEL.PSH/11-2013
(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 3 (tiga) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Saham
1.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.
2.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.
3.	SMRA	Summarecon Agung Tbk.


Tiga saham di atas menggantikan saham-saham berikut:


No.	Kode	Nama Saham
1.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.
2.	BKSL	Sentul City Tbk.
3.	INCO	Vale Indonesia Tbk.

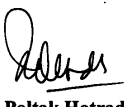
3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal 1 Desember 2013 – 31 Mei 2014 atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh OJK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00170/BEL.PSH/05-2013 tanggal 29 Mei 2013.

Demikian untuk diketahui.

28 November 2013,


Andre P. J. Toelle
 Kepala Divisi Perdagangan Saham


 Indonesia Stock Exchange
 Bursa Efek Indonesia


Poltak Hotradero
 Kepala Divisi Riset

Tembusan:

1. Yth. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Otoritas Jasa Keuangan
2. Yth. Direktur Transaksi dan Lembaga Efek, Otoritas Jasa Keuangan
3. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
4. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
5. PT Indonesia Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
6. Yth. Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 1 Desember 2013 s.d. 31 Mei 2014**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00673/BEL.PSH/11-2013 tanggal 28 November 2013)

No.	Kode	Nama Saham	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
5.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
6.	BMTR	Global Mediacom Tbk.	Tetap
7.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Tetap
8.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
9.	EXCL	XL Axiata Tbk.	Tetap
10.	HRUM	Harum Energy Tbk.	Tetap
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
12.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
13.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	Tetap
14.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
15.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Tetap
16.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
17.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
18.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
19.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.	Tetap
20.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	Tetap
21.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	Baru
22.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
23.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
24.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.	Baru
25.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
26.	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	Baru
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
28.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
29.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap
30.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	Tetap

Daftar Saham yang Keluar dari Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode 1 Desember 2013 s.d. 31 Mei 2014
(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00673/BEI.PSH/11-2013 tanggal 28 November 2013)

No.	Kode	Nama Saham
1.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.
2.	BKSL	Sentul City Tbk.
3.	INCO	Vale Indonesia Tbk.

1/0



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index
No.: Peng-00235/BEI.OPP/05-2014
(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 3 (tiga) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

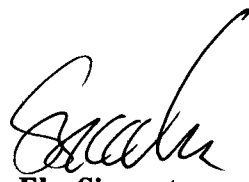
No.	Kode	Nama Saham
1.	CTRA	Ciputra Development Tbk.
2.	INCO	Vale Indonesia Tbk.
3.	SILO	Siloam International Hospitals Tbk.

Tiga saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Saham
1.	HRUM	Harum Energy Tbk.
2.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.
3.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal **2 Juni 2014** atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh OJK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00673/BEI.PSH/11-2013 tanggal 28 November 2013.

Demikian untuk diketahui.


Eko Siswanto


Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia


Poltak Hotradero

Pjs. Kepala Divisi Operasional Perdagangan Kepala Divisi Riset dan Pengembangan

Tembusan:

1. Yth. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Otoritas Jasa Keuangan
2. Yth. Direktur Transaksi dan Lembaga Efek, Otoritas Jasa Keuangan
3. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
4. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
5. PT Indonesia Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
6. Yth. Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode Juni s.d. November 2014**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00235/BEI.OPP/05-2014 tanggal 28 Mei 2014)

No.	Kode	Nama Saham	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
5.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
6.	BMTR	Global Mediacom Tbk.	Tetap
7.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Tetap
8.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
9.	CTRA	Ciputra Development Tbk.	Baru
10.	EXCL	XL Axiata Tbk.	Tetap
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
12.	INCO	Vale Indonesia Tbk.	Baru
13.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
14.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	Tetap
15.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
16.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Tetap
17.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
18.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
19.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
20.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	Tetap
21.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	Tetap
22.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
23.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
24.	SILO	Siloam International Hospitals Tbk.	Baru
25.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
26.	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	Tetap
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
28.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
29.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap
30.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	Tetap

1/05



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Keluar dari Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode Juni s.d. November 2014**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00235/BEI.OPP/05-2014 tanggal 28 Mei 2014)

1.	HRUM	Harum Energy Tbk.
2.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk.
3.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.

1. dan



IDX

Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index
No.: Peng-00837/BEI.OPP/11-2014
(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 3 (tiga) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Saham
1.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.
2.	PTPP	PP (Persero) Tbk.
3.	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.

Tiga saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Saham
1.	CTRA	Ciputra Development Tbk.
2.	EXCL	XL Axiata Tbk.
3.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal **1 Desember 2014** atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh OJK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00235/BEI.OPP/05-2014 tanggal 28 Mei 2014.

Demikian untuk diketahui.

27 November 2014,


Eko Siswanto

Kepala Divisi Operasional Perdagangan




Poltak Hotradero

Kepala Divisi Riset dan Pengembangan

Tembusan:

1. Yth. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Otoritas Jasa Keuangan
2. Yth. Direktur Pengawasan Transaksi Efek, Otoritas Jasa Keuangan
3. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
4. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
5. PT Indonesia Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
6. Yth. Dewan Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia

**IDX**Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia**Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode Desember 2014 s.d. Mei 2015**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00837/BEI.OPP/11-2014 tanggal 27 November 2014)

No.	Kode	Nama Saham	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.	Baru
5.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
6.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
7.	BMTR	Global Mediacom Tbk.	Tetap
8.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Tetap
9.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	Tetap
10.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
11.	INCO	Vale Indonesia Tbk.	Tetap
12.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
13.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	Tetap
14.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
15.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
16.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
17.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
18.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	Tetap
19.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	Tetap
20.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
21.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.	Tetap
22.	PTPP	PP (Persero) Tbk.	Baru
23.	SILO	Siloam International Hospitals Tbk.	Tetap
24.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
25.	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	Tetap
26.	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	Baru
27.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
28.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
29.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap
30.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	Tetap

/ R #



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

**Daftar Saham yang Keluar dari Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode Desember 2014 s.d. Mei 2015**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00837/BEI.OPP/11-2014 tanggal 27 November 2014)

No.	Kode	Nama Saham
1.	CTRA	Ciputra Development Tbk.
2.	EXCL	XL Axiata Tbk.
3.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.

1/12



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

PENGUMUMAN
Perubahan Komposisi Saham dalam Penghitungan
Jakarta Islamic Index
No.: Peng-00343/BEI.OPP/05-2015
(dapat dilihat di website: <http://www.idx.co.id>)

Menunjuk Pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-18/BEJ-DAG/U/06-2000 tanggal 28 Juni 2000 tentang "Jakarta Islamic Index (JII)", dengan ini diumumkan hal-hal sebagai berikut:

1. Telah dilakukan evaluasi periodik enam bulanan terhadap 30 emiten yang masuk dalam penghitungan JII yang diseleksi dari daftar saham atau efek syariah sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat 5 (lima) saham baru yang masuk ke dalam penghitungan JII, yaitu:

No.	Kode	Nama Saham
1.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.
2.	LPPF	Matahari Department Store Tbk.
3.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.
4.	SCMA	Surya Citra Media Tbk.
5.	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.

Lima saham di atas menggantikan saham-saham berikut:

No.	Kode	Nama Saham
1.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.
2.	BMTR	Global Mediacom Tbk.
3.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
4.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
5.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.

3. Terlampir adalah daftar saham yang masuk dalam Daftar Penghitungan JII dan mulai diberlakukan tanggal **1 Juni 2015** atau sampai dengan *review* Daftar Efek Syariah (DES) berikutnya oleh OJK. Daftar saham JII tersebut menggantikan daftar saham JII yang tercantum dalam pengumuman PT Bursa Efek Indonesia No. Peng-00837/BEI.OPP/11-2014 tanggal 27 November 2014.

Demikian untuk diketahui.

28 Mei 2015,

Eko Siswanto

Kepala Divisi Operasional Perdagangan

Poltak Hotradero

Kepala Divisi Riset dan Pengembangan



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

Tembusan:

1. Yth. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, Otoritas Jasa Keuangan
2. Yth. Direktur Pengawasan Transaksi Efek, Otoritas Jasa Keuangan
3. Yth. Direksi PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia
4. Yth. Direksi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia
5. PT Indonesia Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
6. Yth. Dewan Komisaris PT Bursa Efek Indonesia
7. Yth. Direksi PT Bursa Efek Indonesia



Indonesia Stock Exchange
Gedung Sifra Indonesia

**Daftar Saham yang Masuk dalam Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode Juni s.d. November 2015**

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00343/BEI.OPP/05-2015 tanggal 28 Mei 2015)

No.	Kode	Nama Saham	Keterangan
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Tetap
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk.	Tetap
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	Tetap
4.	ASII	Astra International Tbk.	Tetap
5.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.	Tetap
6.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.	Tetap
7.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Tetap
8.	INCO	Vale Indonesia Tbk.	Tetap
9.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Tetap
10.	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	Tetap
11.	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	Tetap
12.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	Baru
13.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Tetap
14.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.	Tetap
15.	LPPF	Matahari Department Store Tbk.	Baru
16.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.	Tetap
17.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	Tetap
18.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	Tetap
19.	PTPP	PP (Persero) Tbk.	Tetap
20.	PWON	Pakuwon Jati Tbk.	Baru
21.	SCMA	Surya Citra Media Tbk.	Baru
22.	SILO	Siloam International Hospitals Tbk.	Tetap
23.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
24.	SMRA	Summarecon Agung Tbk.	Tetap
25.	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	Tetap
26.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	Tetap
27.	UNTR	United Tractors Tbk.	Tetap
28.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Tetap
29.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	Tetap
30.	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.	Baru



Indonesia Stock Exchange
PT. Bursa Efek Indonesia

Daftar Saham yang Keluar dari Penghitungan Jakarta Islamic Index (JII)
Periode Juni s.d. November 2015

(Lampiran Pengumuman No.: Peng-00343/BEI.OPP/05-2015 tanggal 28 Mei 2015)

No.	Kode	Nama Saham
1.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk.
2.	BMTR	Global Mediacom Tbk.
3.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
4.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
5.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.

LAMPIRAN 4

MODEL PENGUNGKAPAN ISR

No	ITEM PENGUNGKAPAN ISR	POIN-CONTOH PENGUNGKAPAN
A	Tema pembiayaan dan investasi	
1	Kegiatan yang mengandung riba, termasuk pendapatan bunga	<p>Arus kas dari aktivitas operasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penerimaan dari pelanggan 12,467,946 - Penerimaan penghasilan bunga, bersih 10,388 - Pembayaran kepada pemasok (7,776,496) - Pembayaran pajak (1,070,115) - Pembayaran beban (655,192)
2	Pengungkapan kegiatan yang mengandung gharar atau tidak	<i>Uncertainty to both parties</i> . Transaksi lease and purchase. <i>future on delivery trading</i> atau margin trading, jual-beli valuta asing bukan transaksi komersial (<i>arbitrage</i> baik spot maupun <i>forward</i> , melakukan penjualan melebihi jumlah yang dimiliki atau dibeli (<i>short selling</i>), transaksi <i>pure swap</i> , <i>capital lease</i> , <i>future</i> , <i>warrant</i> , <i>option</i> , dan transaksi derivatif
3	Zakat	Melalui Lazis Amaliah Astra, YAA juga memfasilitasi pemberian zakat, infaq dan sedekah (ZIS) yang disalurkan untuk beasiswa dan modal wirausaha masyarakat. (ASII)
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	Pinjaman yang diberikan dan piutang, beserta dengan cadangan terkait, dihapuskan pada saat tidak terdapat kemungkinan pemulihan dimasa depan.
5	Pernyataan nilai tambah perusahaan	inovasi yang inspirasional dan menciptakan nilai tambah menjadi pemacu pertumbuhan, bahkan untuk kategori yang paling matang sekalipun (UNVR)
B	Tema produk dan jasa	
6	Produk atau kegiatan operasi yang ramah lingkungan	Melalui skema ini, Perusahaan mendukung dalam hal pembiayaan mikro, metode pembukaan lahan yang aman dan ramah lingkungan.
7	Kehalalan produk	Konsistensi dan komitmen Perseroan terhadap aspek kehalalan produk mendapatkan apresiasi berupa Penghargaan Sistem Jaminan Halal (“SJH”) dari LPPOM MUI. Tidak hanya di Indonesia, SJH LPPOM MUI juga menjadi acuan dari standar halal dunia yang tergabung dalam World Halal Council dan diterapkan oleh 24 lembaga sertifikasi halal di 14 negara, sehingga mempermudah ekspor produkproduk Perseroan ke Negara yang mensyaratkan kehalalan produk. (INDF)
8	Keamanan dan kualitas produk	Perusahaan menggunakan <i>Net System</i> dan <i>Bin System</i> . Kedua sistem ini bertujuan untuk menjaga kualitas dan kuantitas produk selama proses transportasi.
9	Pelayanan pelanggan	Memberikan Pelayanan Terbaik kepada Pelanggan (ASII)
C	Tema karyawan	
10	Jam atau waktu kerja	Kebebasan berserikat dan jam kerja yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di Indonesia.
11	Hari libur dan cuti	Cuti selama 3 bulan diberikan kepada karyawan yang sedang melahirkan.
12	Tunjangan	Tunjangan cuti untuk kejadian khusus seperti kematian, sunatan, pembaptisan, wisuda, kelahiran dan lain sebagainya untuk karyawan.
13	Remunerasi	Sementara itu remunerasi dan kompensasi yang diberikan kepada Direksi didasarkan pada beberapa faktor yang berhubungan dengan tujuan strategis Perusahaan

14	Pendidikan dan pelatihan karyawan	Pendekatan dinamis dalam meningkatkan nilai tenaga kerja melalui berbagai pelatihan akan mampu mempertahankan keunggulan Perusahaan di tengah persaingan usaha
15	Kesempatan yang sama atau kesetaraan gender	Kami tidak mentolerir diskrimasi dalam bentuk apapun dan kami secara teratur meninjau kembali kebijakan rekrutmen, pengembangan karir dan promosi serta hasilnya untuk memastikan bahwa kami telah menyediakan kesempatan yang setara bagi semua. Kami telah mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menjamin bahwa kami menghindari bias gender dalam praktik remunerasi kami dengan melakukan audit pembayaran setara secara teratur (UNVR).
16	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan	Berdiskusi dengan Satuan Kerja SDM dan memberi rekomendasi bagi penyempurnaan kebijakan dan system pengelolaan SDM Perusahaan, yang meliputi perencanaan tenaga kerja, penerimaan dan seleksi karyawan, pemberian kompensasi dan imbal jasa, pelatihan dan pengembangan, manajemen kinerja, serta perencanaan suksesi dan talenta (TINS)
17	Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan	Kesehatan dan keselamatan kerja menjadi salah satu prioritas utama. Perusahaan melaksanakan identifikasi bahaya, penilaian dan pengendalian risiko kerja.
18	Lingkungan atau suasana kerja	Seluruh karyawan memiliki hak atas lingkungan kerja yang aman.
19	Karyawan dari kelompok khusus (cacat fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)	Kode Etik Astra mengatur antara lain, kesetaraan karyawan dalam hal rekrutmen serta peningkatan kompetensi dan karir, tanpa memandang latar belakang gender, usia, etnik, agama maupun kondisi cacat fisik. Terhadap seluruh karyawan diberikan target kerja yang jelas dan penilaian pencapaiannya ditentukan secara komprehensif dan kolektif untuk hasil yang obyektif, sebagai dasar untuk penentuan remunerasi, bonus dan promosi jabatan (ASII).
20	Karyawan boleh menjalankan ibadah dan puasa sebagaimana waktu yang ditentukan.	Yayasan Akmaliah Astra (YAA) memiliki misi untuk membangun <i>Intellectual Quotient</i> (IQ), <i>Emotional Quotient</i> (EQ) dan <i>Spiritual Quotient</i> melalui kegiatan di bidang sosial-keagamaan, tujuannya agar karyawan muslim Astra menjadi muslim yang profesional dan masyarakat di sekitarnya memiliki ketaatan beragama. (ASII)
21	Tempat ibadah yang memadai	Sepanjang 2013, Perusahaan telah meningkatkan infrastruktur dengan membangun sarana olahraga, menyediakan generator listrik dan tempat ibadah.

D	Tema masyarakat	
22	Sedekah, donasi, atau sumbangan	Melalui Lazis Amaliah Astra, YAA juga memfasilitasi pemberian zakat, infaq dan sedekah (ZIS) yang disalurkan untuk beasiswa dan modal wirausaha masyarakat. (ASII)
23	Sukarelawan dari kalangan karyawan	Karyawan kami telah membuktikan semangat sosialnya dengan dukungan aktif pada program-program tanggung jawab sosial Kalbe dengan melibatkan sekitar 2.350 karyawan sebagai relawan selama tahun 2012. (KLBF)
24	Pemberian beasiswa	Perseroan membuktikan kepedulian terhadap pendidikan dengan memberikan beasiswa kepada anak-anak karyawan dan masyarakat sekitar yang berprestasi.
25	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	Untuk mendapatkan kandidat-kandidat yang potensial Kalbe bekerjasama dengan universitas di Indonesia dan di luar negeri melalui program rekrutmen kampus dan program magang bagi mahasiswa yang kualifikasinya sesuai dengan kebutuhan bisnis Kalbe. (KLBF)
26	Pengembangan generasi muda	Pada tahun 2012, untuk kedua kalinya Kalbe menyelenggarakan kegiatan Kalbe Junior Scientist Award untuk memberikan penghargaan kepada para ilmuwan muda berbakat serta menarik minat generasi muda untuk mempelajari sains. (KLBF)
27	Peningkatan kualitas hidup masyarakat kurang mampu	Perusahaan mendukung para guru lokal dengan memastikan kesejahteraan dan kualitas hidup yang baik serta memberikan pelatihan demi meningkatkan kompetensi dan memperluas pengetahuan.
28	Kepedulian terhadap anak-anak	Seluruh anak yang berasal dari masyarakat setempat serta anak-anak karyawan berhak untuk mengajukan permohonan beasiswa.
29	Kegiatan amal atau kegiatan sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dan lain-lain)	Yayasan Astra Honda Motor (YAHM) didirikan pada tahun 1995 sebagai organisasi sosial mandiri dengan misi mendukung kehidupan masyarakat di bidang pendidikan dan sosial melalui program pemberian beasiswa bagi siswa prasejahtera dan pembangunan fasilitas pendukung untuk institusi pendidikan, program edukasi masyarakat tentang keselamatan di jalan, program pelestarian lingkungan hidup serta kegiatan amal untuk berbagai aktivitas social dan budaya, termasuk bencana alam. (ASII)
30	Mensponsori acara kesehatan masyarakat, proyek rekreasi, olahraga, dan event budaya	Salah satu contoh program kesehatan masyarakat adalah Program Revitalisasi Posyandu Terintegrasi. Melalui program ini, Perusahaan mengadakan berbagai pelatihan dan lokakarya bagi para staf Posyandu.
E	Tema Lingkungan	
31	Konservasi lingkungan	Konservasi keanekaragaman hayati juga selalu menjadi salah satu prioritas dalam pengelolaan perkebunan kami. Perusahaan telah mengidentifikasi berbagai jenis spesies hewan dan spesies tanaman yang tersebar di seluruh lokasi kebun
32	Kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih)	Perusahaan melakukan pengelolaan sistem air, sistem penyerbukan buatan dan sistem budidaya terpadu guna meningkatkan produktivitas pohon kelapa sawit.
33	Pendidikan mengenai lingkungan	Pilar Lingkungan, memiliki program keanekaragamanyati terpadu yang mencakup unsur pendidikan, konservasi, dan wisata di setiap grup bisnis. (ASII)
34	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan	Fasilitas-fasilitas operasional yang dijalankan oleh Grup Astra telah memiliki sertifikasi standar yang diakreditasi oleh pihak ketiga, yaitu: ISO 14001 Sistem Manajemen Lingkungan: <i>Environmental Management System</i> (ASII).

35	Sistem manajemen lingkungan	Fasilitas-fasilitas operasional yang dijalankan oleh Grup Astra telah memiliki sertifikasi standar yang diakreditasi oleh pihak ketiga, yaitu: ISO 14001 Sistem Manajemen Lingkungan: <i>Environmental Management System</i> (ASII).
F	Tema Tatakelola Perusahaan	
36	Status kepatuhan terhadap syariah	Kelompok Usaha telah memenuhi semua persyaratan terkait Obligasi dan Sukuk Ijarah sebagaimana ditetapkan dalam Perjanjian Perwaliamanatan
37	Struktur kepemilikan saham	Struktur Pemegang Saham Mayoritas - PT Astra Agro Lestari Tbk, 20,32% - PT Astra International Tbk, 49,89% - Jardine Cycle & Carriage Limited 27,82%
38	Profil Dewan Direksi	Susunan dewan direksi ditunjuk berdasarkan Akta No 80 tanggal 15 Mei 2012, dibuat di hadapan Aryanti Artisari, S.H., M.Kn., Notaris di Jakarta Selatan, akta mana telah diterima dan dicatat didalam database Sistem Administrasi Badan Hukum Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
39	Pengungkapan melakukan praktik monopoli usaha atau tidak	- Tahun 1995, Telkom memperoleh hak monopoli untuk menyediakan layanan telekomunikasi lokal tidak bergerak yang berlaku hingga 31 Desember 2010 dan layanan SLJJ hingga 31 Desember 2005..... - Jika kami terbukti melakukan penetapan harga oleh komisi anti-monopoli Indonesia dan tuduhan class action, kami dapat dikenakan kewajiban yang dapat menurunkan pendapatan kami dan berdampak negatif pada bisnis, reputasi dan keuntungan kami (TLKM)
40	Pengungkapan adanya perkara hukum atau tidak	Dalam hal terjadi perkara di pengadilan, Perusahaan menggunakan jasa profesional hukum untuk menangani penyelesaian sengketa selain telah membentuk tim khusus secara internal untuk menangani sengketa hukum dan pertanahan.
41	Kebijakan anti korupsi (<i>code of conduct</i> , <i>whistleblowing system</i> , dan lain-lain)	Inisiatif penajaman/penguatan GCG melalui kebijakan Pakta Integritas, masih dipandang perlu untuk memberikan perhatian khusus pada area-area tertentu terkait dengan pencegahan potensi kerugian keuangan Perusahaan dan untuk terwujudnya island of integrity sebagai salah satu alat atau instrument reformasi birokrasi dan pencegahan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme ("KKN") dengan konsentrasi pada upaya penciptaan keterbukaan, akuntabilitas (TLKM)

LAMPIRAN 5

REFERENCE ITEM INDEKS ISLAMIC SOCIAL REPORT

No	POKOK-POKOK PENGUNGKAPAN ISR	REFERENSI
A	Tema pembiayaan dan investasi	
1	Kegiatan yang mengandung riba	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
2	Pengungkapan kegiatan yang mengandung gharar atau tidak (memastikan adanya ketidakpastian, yang dilarang dalam Islam)	Haniffa (2002) Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
3	Zakat	Haniffa (2002) Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
5	Pernyataan nilai tambah perusahaan	Sulaiman dan Willet (2003) Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
B	Tema produk dan jasa	
6	Produk atau kegiatan operasi yang ramah lingkungan	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
7	Kehalalan produk	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
8	Keamanan dan kualitas produk	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
9	Pelayanan pelanggan	Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
C	Tema karyawan	
10	Jam atau waktu kerja	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
11	Hari libur dan cuti	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
12	Tunjangan	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013)
13	Remunerasi	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013)
14	Pendidikan dan pelatihan karyawan	Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
15	Kesempatan yang sama atau kesetaraan gender	Haniffa (2002) Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) <i>Gov. Standart 7 AAOIFI</i> (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
16	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan	Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013)
17	Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
18	Lingkungan atau suasana kerja	Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)

19	Karyawan dari kelompok khusus (cacat fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
20	Karyawan Muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu shalat dan berpuasa di saat Ramadhan	Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013)
21	Tempat ibadah yang memadai	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
D	Tema Masyarakat	
22	Sedekah (infaq), donasi, atau sumbangan	Haniffa (2002) Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
23	Sukarelawan dari kalangan karyawan	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
24	Pemberian beasiswa	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
25	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
26	Pengembangan generasi muda	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
27	Peningkatan kualitas hidup masyarakat kurang mampu	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013)
28	Kepedulian terhadap anak-anak , yatim piatu	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
29	Kegiatan amal atau kegiatan sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dan lain-lain)	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
30	Mensponsori acara kesehatan masyarakat, proyek rekreasi, olahraga, dan event budaya	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
E	Tema Lingkungan	
31	Konservasi lingkungan	Haniffa (2002) Maali et al. (2006) Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
32	Kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih)	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010)DF Ayu dan Dodik S (2013)
33	Pendidikan mengenai lingkungan	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
34	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
35	Sistem manajemen lingkungan	Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
F	Tema Tatakelola Perusahaan	
36	Status kepatuhan terhadap syariah	Othman et al. (2009) Gov. <i>Standart 7</i> AAOIFI (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013)
37	Struktur kepemilikan saham	Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
38	Profil Dewan Direksi	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)
39	Pengungkapan melakukan praktik monopoli usaha	Othman et al. (2009) Fitria dan Hartanti (2010) Fauziah dan Prabowo (2013)DF Ayu dan Dodik S (2013)
40	Pengungkapan adanya perkara hukum	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013)
41	Kebijakan anti korupsi (code of conduct, whistleblowing system, dan lain-lain)	Othman et al. (2009) DF Ayu dan Dodik S (2013) Fauziah dan Prabowo (2013)